

Mosel

FASZINATION URLAUB



NACHHALTIGKEITS-
KONZEPT FÜR DIE
TOURISMUSREGION MOSEL

VORWORT

Liebe Akteurinnen und Akteure im Moseltourismus,

die Mosel ist eine einzigartige Kultur- und Weinlandschaft, geprägt von ihrer Geschichte, ihrer Natur und den Menschen, die hier leben und arbeiten. Diese besondere Identität zu bewahren und gleichzeitig zukunftsfähig weiterzuentwickeln, ist eine Verantwortung, die wir nur gemeinsam wahrnehmen können.

Mit dem vorliegenden Nachhaltigkeitskonzept für den Tourismus schaffen wir dafür eine strategische Grundlage. Es zeigt auf, wie wir ökologische Verantwortung, wirtschaftliche Bedeutung und eine hohe Lebens- und Aufenthaltsqualität miteinander verbinden können – zum Nutzen der Menschen in der Region ebenso wie für unsere Gäste, die ihre schönste Zeit des Jahres bei uns verbringen.

Besonders beeindruckt hat mich die große Bereitschaft, sich aktiv in diesen Prozess einzubringen. Vertreterinnen und Vertreter aus Tourismus, Weinwirtschaft, Kommunen, Klimaanpassung und Naturschutz haben ihre Erfahrungen, Ideen und Perspektiven in den Entwicklungsprozess des Konzeptes eingebracht. Für dieses Engagement und den offenen, konstruktiven Austausch danke ich allen Beteiligten ganz herzlich. Das Nachhaltigkeitskonzept ist deshalb für uns weit mehr als ein strategisches Dokument – es ist Ausdruck eines gemeinsamen Verständnisses davon, wie wir die Destination Mosel langfristig nachhaltig gestalten wollen.



Mit den erarbeiteten Handlungsfeldern und Maßnahmen verfügen wir über einen klaren Orientierungsrahmen für die kommenden Jahre. Es wird nun entscheidend sein, die aufgezeigten Schritte konsequent umzusetzen, Erfolge sichtbar zu machen und den eingeschlagenen Weg kontinuierlich weiterzuentwickeln. Denn Nachhaltigkeit ist kein einmal erreichter Zustand, sondern ein fortlaufender Entwicklungsprozess.

Ich bin überzeugt, dass die Mosel beste Voraussetzungen mitbringt, sich als eine der führenden nachhaltigen Tourismusdestinationen Deutschlands zu positionieren.

Nachhaltigkeit lebt vom gemeinsamen Handeln. Ich freue mich darauf, diesen Weg gemeinsam mit Ihnen, unseren Partnerinnen und Partnern, zu gehen und die Zukunft der Destination Mosel weiter aktiv zu gestalten.

Thomas Kalff

Geschäftsführer
Mosellandtouristik GmbH



INHALT

Summary	6
Einführung	8
1.1 Ausgangssituation	8
1.2 Zielsetzung und Einordnung in bestehende Konzepte	8
1.3 Methodisches Vorgehen	9
Situationsanalyse zum nachhaltigen Tourismus in der Region Mosel	11
2.1 Touristische Entwicklung der Region Mosel – Zahlen & Fakten	12
2.2 Analyse des Status Quo mit Fokus auf Nachhaltigkeit	14
2.3 Ausgewählte Ergebnisse der Destinationsbefragung tourismusrelevanter Akteure	17
2.4 Best Practice Beispiele Nachhaltigkeit in der Region Mosel	19
2.5 Trends im Tourismus und Relevanz für die Region Mosel	21
2.6 SWOT-Analyse	26
2.7 Vertiefende Analyse mit Blick auf Klimarisiken	28
Strategische Ausrichtung des nachhaltigen Tourismus in der Region Mosel	30
3.1 Werte & Vision	30
3.2 Strategische Ziele	32
3.3 Zielgruppen & Quellmärkte	33
Handlungskonzept	34
4.1 Handlungsfelder	34
4.2 Maßnahmen- und Aktionsplan	36
4.2.1 Handlungsfeld 1: Produktentwicklung	37
4.2.2 Handlungsfeld 2: Infrastruktur & Mobilität	40
4.2.3 Handlungsfeld 3: Vermarktung & Kommunikation	42
4.2.4 Handlungsfeld 4: Kooperation & Qualifizierung	44
4.2.5 Handlungsfeld 5: Management & Steuerung	46
Umsetzungsmanagement	48
Tabellenverzeichnis	50
Abbildungsverzeichnis	50
Abkürzungsverzeichnis	51
Quellen	52





SUMMARY

Die Tourismusregion Mosel gehört zu den bekanntesten Wein- und Kulturlandschaften Europas. Im Jahr 2025 verzeichnete die Mosel rund 5,65 Mio. Übernachtungen in Betrieben ab 10 Betten, womit das Vor-Corona-Jahr 2019 leicht übertroffen wurde. Der Tourismus schafft regionale Wertschöpfung, sichert Arbeitsplätze und trägt wesentlich zur Attraktivität der Region als Lebens-, Wirtschafts- sowie Erholungs- und Freizeitraum bei.

Gleichzeitig steht die Destination vor großen Herausforderungen. Der Klimawandel verändert die natürlichen Rahmenbedingungen und wirkt sich zunehmend auf Landschaft, Infrastruktur und touristische Nutzung aus. Parallel dazu steigen die Erwartungen von Gästen, Politik und Gesellschaft an nachhaltige Reiseangebote, ressourcenschonende Infrastruktur und verantwortungsvolles Destinationsmanagement. Auch touristische Betriebe müssen sich den wachsenden Anforderungen hinsichtlich Energieeffizienz, Klimaschutz und nachhaltiger Betriebsführung stellen.

Vor diesem Hintergrund gewinnt die systematische Integration von Nachhaltigkeit in die touristische Entwicklung der Region zunehmend an Bedeutung. Das vorliegende Nachhaltigkeitskonzept schafft hierfür eine strategische Grundlage und enthält konkrete Ansätze für eine langfristig zukunftsfähige Entwicklung des Tourismus an der Mosel.

Ziel des Nachhaltigkeitskonzepts ist es, den Tourismus in der Moselregion langfristig resilient, qualitätsorientiert und nachhaltig auszurichten. Nachhaltigkeit wird dabei als integrativer Ansatz verstanden, der ökologische Verantwortung, wirtschaftliche Stabilität und soziale Aspekte miteinander verbindet. Gemeinsam mit Akteuren wurden folgende Ziele verabschiedet:

- Stärkung der Mosel als hochwertige und nachhaltige Wein-, Kultur- und Naturdestination,
- Sicherung und Weiterentwicklung der regionalen touristischen Wertschöpfung,
- Schonung natürlicher Ressourcen und Schutz der einzigartigen Kulturlandschaft,
- Unterstützung touristischer Betriebe bei der Integration nachhaltiger Betriebs- und Angebotsstrukturen und
- Sensibilisierung von Gästen für nachhaltiges Reiseverhalten.

Das Konzept schafft einen strategischen Rahmen, um nachhaltige Entwicklung systematisch in der touristischen Praxis der Region zu verankern und konkrete Umsetzungsschritte anzustoßen.

Im Zentrum steht das Handlungskonzept mit konkreten Ansätzen zur Weiterentwicklung eines nachhaltigen Tourismus in der Region Mosel. Dieses umfasst sowohl die Weiterentwicklung touristischer Angebote als auch infrastrukturelle, organisatorische und kommunikative Maßnahmen. Es knüpft an bestehende bzw. bereits begonnene Maßnahmen an und schlägt auch neue Projekte vor.



Ein wichtiger Schwerpunkt liegt in der Weiterentwicklung nachhaltiger touristischer Angebote. Die Mosel verfügt mit ihrer einzigartigen Kulturlandschaft, den Weinbergen, historischen Orten sowie vielfältigen Natur- und Aktivangeboten über ein großes Potenzial für entschleunigte und qualitätsorientierte Reiseformen. Die Maßnahmen zielen darauf ab, diese Stärken vermehrt mit nachhaltigen Angebotsstrukturen zu verbinden und regionale Wertschöpfung, Naturerlebnis und kulturelle Identität noch enger miteinander zu verknüpfen.

Darüber hinaus nimmt die nachhaltige Gestaltung von Infrastruktur und Mobilität eine zentrale Rolle ein. Gerade in einer räumlich weit ausgedehnten Destination in Flusslage wie der Mosel ist die Verknüpfung von touristischen Angeboten mit nachhaltigen Mobilitätslösungen ein wichtiger Faktor für eine zukunftsfähige Entwicklung. Ziel ist es, nachhaltige Mobilitätsoptionen besser in das touristische Gesamterlebnis zu integrieren und Gästen eine einfache und attraktive Nutzung klimafreundlicher Verkehrsmittel zu ermöglichen.

Auch die Kommunikation nachhaltiger Angebote und Reiseoptionen soll künftig wichtiger Bestandteil der touristischen Marketingstrategie der Region werden. Durch eine gezielte Darstellung nachhaltiger Reiseangebote und regionaler Produkte kann die Mosel ihr Profil als qualitätsorientierte und nachhaltige Destination weiter ausbauen.

Ein weiterer wichtiger Baustein des Handlungskonzepts ist die konsequente Zusammenarbeit der touristischen Akteure der Region. Die Umsetzung nachhaltiger Entwicklungen erfordert eine enge Kooperation von Tourismusorganisationen, Betrieben, Kommunen und weiteren regionalen Partnern. Durch Austausch, Information und Qualifizierungsangebote sollen Leistungsträger dabei unterstützt werden, Nachhaltigkeitsaspekte noch stärker in ihre Angebote und betrieblichen Abläufe integrieren zu können.

Um das Konzept erfolgreich umzusetzen, ist eine Koordination und ein kontinuierliches Monitoring der Maßnahmen notwendig mit dem Ziel, Nachhaltigkeitsaspekte dauerhaft in den Strukturen des Destinationsmanagements zu verankern und als Querschnittsthema in der touristischen Entwicklung zu etablieren. Die Mosellandtouristik GmbH übernimmt dabei in enger Abstimmung mit den beteiligten Akteuren eine zentrale Rolle, deren Engagement und aktive Mitarbeit notwendig ist.

Insgesamt bildet das Nachhaltigkeitskonzept eine wesentliche Grundlage, um den Tourismus in der Region Mosel langfristig zukunftsfähig auszurichten. Durch die Verbindung von Angebotsentwicklung, nachhaltiger Infrastruktur, gezielter Kommunikation sowie einer stärkeren Kooperation der Akteure kann die Region ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken und sich zugleich als hochwertige und nachhaltige Wein-, Kultur- und Naturdestination weiter positionieren.

1.1 Ausgangssituation

Die Tourismusregion Mosel zeichnet sich durch ihre einzigartige Natur- und Kulturlandschaft aus und ist ein attraktives Reiseziel für Gäste aus dem In- und Ausland. Besonders hervorzuheben sind die herausragende Weinkultur und kulinarischen Angebote, historische Sehenswürdigkeiten sowie vielseitige Aktivangebote wie Radfahren und Wandern. Nach den Einbrüchen von 2020 – 2022 hat sich der Tourismus in der Region erholt und nimmt nach wie vor eine zentrale wirtschaftliche Rolle ein.

Mit der Tourismusstrategie Mosel 2025 wurde ein wichtiger Rahmen für die touristische Weiterentwicklung der Region geschaffen. Ziel der Strategie ist es, das Profil der Mosel zu schärfen, die Qualität der touristischen Angebote zu steigern, die Vernetzung der Akteure zu intensivieren, neue Märkte zu erschließen und digitale Kompetenzen sowie die touristische Infrastruktur zu stärken. Das Markenbild der Region wird dabei durch vier zentrale Themen geprägt: Wein & Kulinarik, Kulturerlebnis, Radfahren und Wandern. Diese Schwerpunkte bilden die Grundlage für die Weiterentwicklung bestehender Angebote und die Erschließung neuer touristischer Produkte – stets mit dem Ziel, die Region Mosel mit hoher Qualität und authentischen regionalen Erlebnissen zu positionieren.

Für das Jahr 2026 ist eine Fortschreibung der Tourismusstrategie Mosel geplant, um die touristische Ausrichtung an aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen anzupassen. Vor diesem Hintergrund ist die Erarbeitung des vorliegenden touristischen Nachhaltigkeitskonzeptes zu verstehen, das in die Tourismusstrategie integriert werden und der Region Mosel als Leitlinie dienen soll.

1.2 Zielsetzung und Einordnung in bestehende Konzepte

Angesichts wachsender Herausforderungen, steigender Anforderungen und aktueller Trends soll Nachhaltigkeit als zentrales Querschnittsthema im Tourismus der Region verankert und auf eine solide konzeptionelle Basis gestellt werden. Das touristische Nachhaltigkeitskonzept verfolgt daher das Ziel, den Tourismus langfristig nachhaltiger aufzustellen und die Region Mosel als wettbewerbs- und zukunftsfähige Destination zu stärken. Es strebt an, ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeitsaspekte in der touristischen Entwicklung zu verankern und damit einen praxisnahen Orientierungsrahmen für Akteure auf allen Ebenen zu schaffen. Dabei soll es die strategische Planung unterstützen, Prioritäten setzen und Ansatzpunkte für konkrete Maßnahmen liefern, die sowohl die Qualität des touristischen Angebots als auch die Akzeptanz des Tourismus in der Region nachhaltig stärken.

Das Konzept berücksichtigt überregionale und nationale Rahmenwerke, insbesondere das touristische Nachhaltigkeitskonzept des Landes Rheinland-Pfalz sowie die übergeordneten Ziele der nachhaltigen Entwicklung wie die Agenda 2030 der Vereinten Nationen. Gleichzeitig werden lokale Nachhaltigkeitsinitiativen berücksichtigt, um regionale und lokale Erfahrungen sowie Best Practices in die Konzeptentwicklung einzubeziehen und für die gesamte Moselregion nutzbar zu machen.

Durch die Verknüpfung von strategischer Einordnung, Status-Quo-Bewertung und Ableitung konkreter Handlungsbedarfe bildet das Konzept eine wesentliche Grundlage für die Fortschreibung der Tourismusstrategie. Es unterstützt die Region dabei, Nachhaltigkeit systematisch zu verankern, vorhandene Potenziale zu nutzen und die Mosel langfristig als verantwortungsvolle, attraktive und resiliente Tourismusdestination zu positionieren.

1.3 Methodisches Vorgehen

Zur Entwicklung des Nachhaltigkeitskonzepts wurde zunächst eine fundierte Situationsanalyse durchgeführt. Dabei wurden bestehende Strategien, Konzepte und Projekte aus den einzelnen Teilregionen der Tourismusregion Mosel zusammengetragen und im Hinblick auf ihre Relevanz im Zusammenhang mit touristischer Nachhaltigkeit bewertet. Außerdem wurden übergeordnete Rahmenkonzepte auf Landes- und Bundesebene sowie nationale und internationale Grundlagen geprüft, um deren Einbindung in die Konzeptentwicklung sicherzustellen.

Konzeptioneller Ansatz zur Entwicklung des Nachhaltigkeitskonzeptes



Parallel dazu erfolgte eine Destinationsbefragung der touristischen Akteure vor Ort. Sie diente dazu, einen Überblick über das bestehende Nachhaltigkeitsengagement, aktuelle Herausforderungen sowie Erwartungen und Wünsche an das zukünftige Konzept zu gewinnen.

Auf Grundlage der Analyseergebnisse und der Befragung fand anschließend ein erster Online-Workshop mit Vertretern aus Tourismus, Verwaltung und Klimamanagement der verschiedenen Teilregionen der Region Mosel statt. Dort wurden zentrale Erkenntnisse vorgestellt und bestehende Risiken für den Tourismus in der Region Mosel diskutiert. Im nächsten Schritt entstand der strategische Rahmen des Konzepts. Dieser Prozess wurde in einem Präsenz-Workshop gemeinsam mit den Leitungen der lokalen Tourist-Informationen, dem Fachbeirat der Mosellandtouristik GmbH und weiteren Akteuren der Verwaltungen vertieft, indem Werte, Vision und Ziele des Nachhaltigkeitskonzepts erarbeitet wurden.

Um auch über die Workshops hinaus die Akteure einzubinden, wurden die drei Bausteine des strategischen Rahmens im nächsten Schritt den beteiligten touristischen Akteuren zur offenen Kommentierung und Ergänzung zur Verfügung gestellt. Außerdem konnten die Akteure erste Vorschläge für konkrete und praxisnahe Maßnahmen einbringen. Diese wurden mit bereits bestehenden oder in teilregionalen Konzepten dokumentierten Maßnahmen abgeglichen und in einem zweiten Präsenz-Workshop weiter konkretisiert. Ergänzend fand jeweils ein Online-Workshop mit Klimaschutz- und Klimaanpassungsmanagern sowie mit ausgewählten touristischen Leistungsträgern statt. In diesen Formaten wurden die Maßnahmen erneut diskutiert, weiterentwickelt und ergänzt.

Insgesamt dienten alle Workshops der gezielten Einbindung relevanter Akteursgruppen, um unterschiedliche Perspektiven zu berücksichtigen, die Akzeptanz des Konzepts zu erhöhen und praxisnahe, umsetzbare Maßnahmen zu entwickeln.





SITUATIONSANALYSE ZUM NACHHALTIGEN TOURISMUS IN DER REGION MOSEL

Grundlage für ein Nachhaltigkeitskonzept, das den touristischen Akteuren in der Region Mosel als praxisorientierte Handreichung dient, ist ein fundiertes Verständnis der aktuellen Rahmenbedingungen sowie der zentralen Stärken, Herausforderungen und Entwicklungen in der Tourismusregion. Die vorliegende Situationsanalyse liefert diese Basis, indem sie die für das Konzept relevanten Faktoren bewertet und die touristische Ausgangslage entlang zentraler Aspekte beschreibt.

Dabei erhebt die Analyse nicht den Anspruch, das gesamte Tourismussystem zu betrachten. Vielmehr liegt der Fokus auf den Bereichen, die für nachhaltigkeitsbezogene Inhalte von besonderer Bedeutung sind. Dazu gehören ausgewählte Kennzahlen zu Nachfrage und Wertschöpfung, ein Überblick über bestehende Nachhaltigkeitsansätze aus den Teilregionen, qualitative Einschätzungen aus der Befragung tourismusrelevanter Akteure (Hotellerie, Gastronomie, Weingüter mit Übernachtungsangebot, Erlebnisanbieter etc.) sowie erfolgreich umgesetzte Best Practices. Darüber hinaus werden übergeordnete Tourismustrends erläutert, um die Nachhaltigkeitsaspekte in einen größeren Kontext einzuordnen und abzuschätzen, welche Impulse für die Moselregion kurz- und mittelfristig relevant sein könnten.

Die für das Nachhaltigkeitskonzept erstellte SWOT-Analyse zeigt abschließend auf, in welchen Bereichen die Region bereits gut aufgestellt ist, identifiziert Potenziale für eine nachhaltigere Entwicklung und benennt konkrete Handlungsfelder. So wird deutlich, welche Maßnahmen erforderlich sind, um die Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit der Moselregion langfristig zu sichern. Ein besonderes Augenmerk wird zudem auf die Risiken des Klimawandels gelegt, denen die Region aktuell und in Zukunft ausgesetzt ist.

Damit bildet die Situationsanalyse die Grundlage für ein praxisnahes Nachhaltigkeitskonzept, das sinnstiftend in die Fortschreibung der Tourismusstrategie Mosel einfließt.

2.1 Touristische Entwicklung der Region Mosel – Zahlen & Fakten

Die Moselregion erstreckt sich über rund 1.400 Quadratkilometer und zählt mit etwa 350.000 Einwohnern (2024) zu den bedeutenden touristischen Landschaftsräumen im Westen Deutschlands. Sie umfasst Teile der Landkreise Trier-Saarburg, Bernkastel-Wittlich, Cochem-Zell und Mayen-Koblenz sowie die Städte Trier, Koblenz und Wittlich und bildet damit ein vielfältiges Gebiet, das von insgesamt 132 Städten und Gemeinden getragen wird. Prägend für die Region sind die Flusstäler von Mosel, Saar und Ruwer, die mit ihren Weinbergen, historischen Orten und naturnahen Erholungsräumen eine charakteristische Natur- und Kulturlandschaft formen.

Die Region verfügt mit rund 3.000 Übernachtungsbetrieben über eine breit aufgestellte touristische Infrastruktur, die ein vielfältiges Spektrum an Angeboten ermöglicht. Die Moselregion ist vor allem mit dem PKW und Wohnmobil gut erreichbar. Entlang der Mosel sowie über regionale Knotenpunkte besteht zudem eine Anbindung an den Bahnverkehr. Internationale Gäste erreichen die Region über Flughäfen in der weiteren Umgebung, etwa in Luxemburg, Köln/Bonn oder Frankfurt/Main und Frankfurt/Hahn.

Im Jahr 2025 begrüßte die Region Mosel rund 2,1 Millionen Übernachtungsgäste, die bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von rd. 2,7 Tagen insgesamt etwa 5,65 Millionen Nächte in Betrieben mit mindestens zehn Betten übernachteten. Neben Besuchern aus ganz Deutschland war die Destination auch international beliebt – besonders bei Gästen aus den Niederlanden, Belgien, Frankreich, den USA und der Schweiz. Die Region verfügte insgesamt über 860 gewerbliche Beherbergungsbetriebe, die im Schnitt jeweils ca. 69 Betten zur Verfügung stellten (Betriebe mit 10 und mehr Betten). Zudem gibt es rund 2.100 Betriebe, die privat geführt werden.

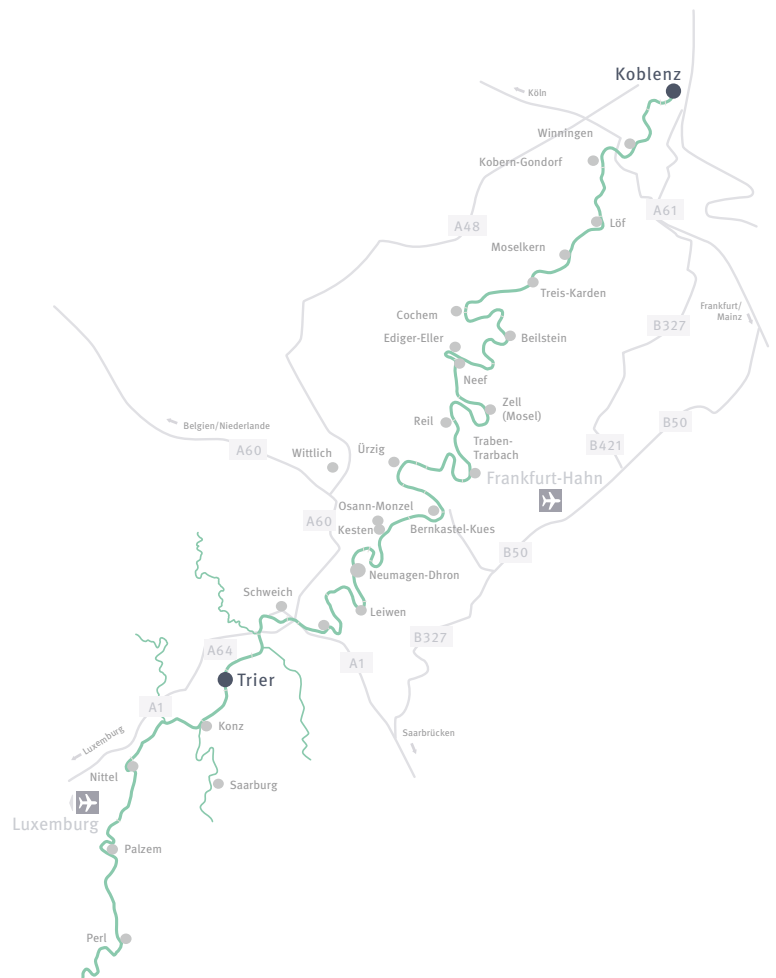
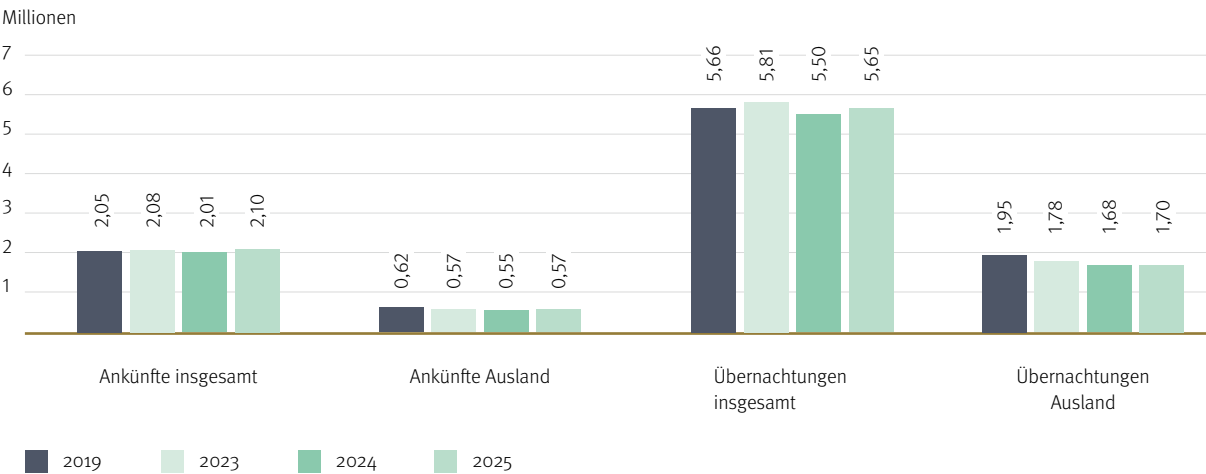


Abbildung 1: Ankünfte und Übernachtungen in der Region Mosel 2023/2024/2025 im Vergleich zu 2019 (in Millionen)



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, verschiedene Jahrgänge

Die Ankünfte und Übernachtungen in der Region lagen 2023 erstmals wieder über dem Vor-Corona-Niveau. Bei der Nachfrage aus dem Ausland zeigt sich noch ein Rückstand im Vergleich zu 2019, aber auch hier zeichnet sich eine weitere Erholung ab. Die Gästeankünfte der Mosel stiegen im Vergleich zu 2024 um 4,8 % und die Übernachtungen nahmen um 2,6 % zu. Die Region Mosel ist nach wie vor die mit Abstand übernachtungsstärkste Tourismusregion in Rheinland-Pfalz, auf die rd. ¼ des Übernachtungsvolumens entfällt (Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2026).

Der touristische Erfolg der Mosel wirkt sich auch unmittelbar auf die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus aus. Im Jahr 2023 erzielte der Tourismus eine Wertschöpfung von rund 2 Milliarden Euro (dwif, 2024). Davon profitierte vor allem das Gastgewerbe mit etwa 50 %, gefolgt vom Einzelhandel mit rund 31 % und dem Dienstleistungssektor mit etwa 19 %. Bei der Betrachtung der Umsätze nach Marktsegmenten (siehe Tabelle 1) wird deutlich, dass Tagesgäste trotz geringerer Ausgaben pro Tag insgesamt den größten wirtschaftlichen Beitrag leisten. Die höchsten Tagesausgaben werden dagegen von den Übernachtungsgästen in gewerblichen Betrieben mit mindestens zehn Betten getätigt.

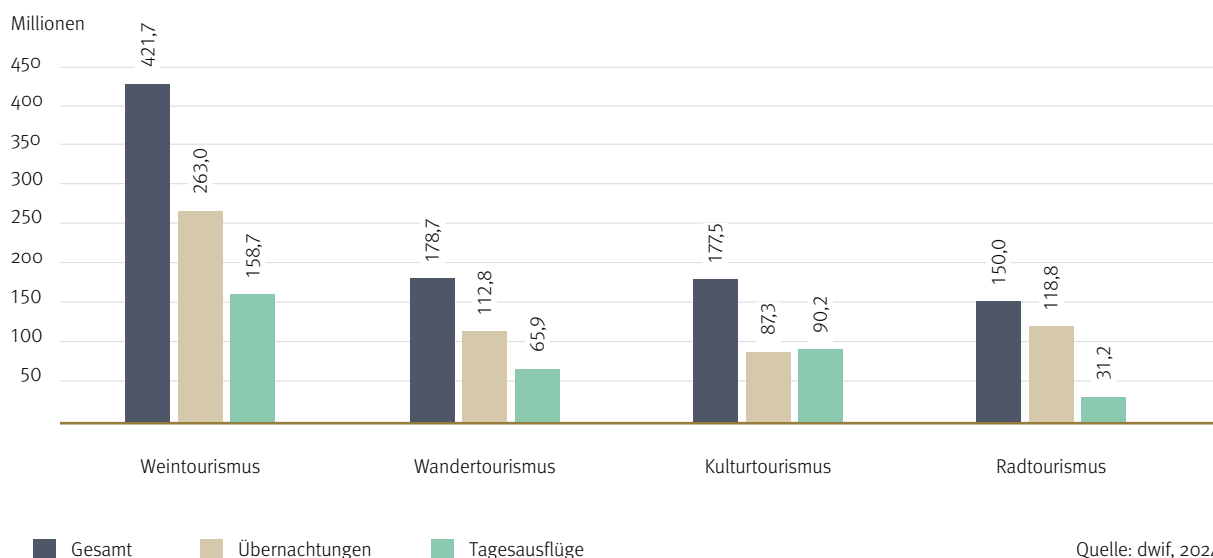
Tabelle 1: Touristische Umsätze nach Marktsegmenten und Bedeutung in der Region Mosel 2023

Rang	Marktsegment	Aufenthalts-tage*	Ø-Tages-ausgaben	Bruttoumsatz
1	Tagesreisen	29,0 Mio.	33,10 €	959,9 Mio. €
2	Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping)	5,4 Mio.	130,30 €	708,8 Mio. €
3	Privatquartiere (< 10 Betten)	1,8 Mio.	78,60 €	137,9 Mio. €
4	Besuch von Verwandten, Bekannten und Freunden	3,1 Mio.	33,10 €	102,0 Mio. €
5	Campingplatz- und Reisemobiltourismus	1,9 Mio.	50,10 €	97,7 Mio. €

Quelle: dwif, 2024 (*Aufgrund eines größeren Gebietszuschnitts gibt es Abweichungen bei denen vom dwif genannten Übernachtungszahlen in den gewerblichen Betrieben über 10 Betten im Vergleich zu den zuvor genannten Zahlen des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz.)

Ein Blick auf die Umsatzverteilung der touristischen Segmente im Jahr 2023 zeigt, dass der Weintourismus den deutlich größten ökonomischen Beitrag leistet – sowohl bei den Übernachtungs- als auch bei den Tagesgästen. Im Kulturtourismus tragen beide Gruppen nahezu gleichermaßen zum Gesamtumsatz bei, während Tagesausflüge im Radtourismus mit rund 26 % den kleinsten Anteil ausmachen.

Abbildung 2: Bruttoumsätze nach touristischen Segmenten und Aufenthaltsart 2023 (in Millionen)



2.2 Analyse des Status Quo mit Fokus auf Nachhaltigkeit

Wird die Wertschöpfung auf Einkommens- und Beschäftigungseffekte übertragen, ergibt sich aus den rund 2 Milliarden Euro Bruttoumsatz ein touristischer Einkommensbeitrag von 941,8 Millionen Euro. Bei einem durchschnittlichen Primäreinkommen von 28.925 Euro entspricht dies dem Einkommen von 32.560 Personen. Rund 185,5 Millionen Euro fließen dabei in Form von Mehrwert- und Einkommensteuer als Gemeinschaftssteuer an Bund, Länder und Kommunen zurück. Hinzu kommen weitere Einnahmen bzw. Steueraufkommen, etwa aus Grund-, Gewerbe- und Zweitwohnungssteuer sowie über Gästebeiträge und die Tourismusabgabe.

Innerhalb der Region Mosel wurden bereits vielfältige Grundlagen für nachhaltige Entwicklungen geschaffen, darunter strategische Dokumente, Konzepte und Zertifizierungen, aber auch Projekte, die nachhaltiges Handeln unterstützen. Viele dieser Ansätze richten sich nicht unmittelbar an den Tourismus oder benennen Nachhaltigkeit nicht explizit, stehen jedoch in engem Zusammenhang mit beiden Themen und sind daher für ein touristisches Nachhaltigkeitskonzept relevant. Die folgende Tabelle bietet eine Übersicht darüber, welche Konzepte in den einzelnen Tourismusregionen zum Stand Dezember 2025 vorliegen. Sie verdeutlicht, dass einige Regionen bereits mitten in der Umsetzung stehen, während andere gerade erst beginnen, Nachhaltigkeit auch im Tourismus zu verankern und entsprechende Maßnahmen in ihren lokalen Konzepten zu berücksichtigen.

Tabelle 2: Nachhaltigkeitsansätze aus den touristischen Teilregionen¹

Urlaubsregion Saar-Obermosel
• Konzept zum Ausbau eines alltagstauglichen Radverkehrsnetzes (2022) • LEADER-Projekt „Auf dem Weg zur nachhaltigen Urlaubsregion Saar-Obermosel & Hochwald-Ferienland“ (2023-2025) • Integriertes Klimaschutzkonzept (2025) • Konzept für nachhaltige Klimaanpassung und natürlichen Klimaschutz (laufend) • Kanuwanderweg-Zertifizierung für die Saar (laufend)
Stadt Trier
• Mobilitätskonzept inkl. Radverkehrskonzept (2013) • Trierer Aktionsplan Entwicklungspolitik (2019) • Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen (2021) • Tourismus- und Hotelkonzept 2030+ (2022) • Integriertes Klimaschutzkonzept (2023) • Kulturleitbild (2023) • Touristische Nachhaltigkeitsstrategie (laufend)
Ferienregion Ruwertal & Hochwald
• Tourismuskonzept (2019) • Integriertes Klimaschutzkonzept (2024)
Ferienregion Römische Weinstraße
• Integriertes Klimaschutzkonzept für die Verbandsgemeinde (VG) Schweich (2023) • Aufbau eines Klimaschutznetzwerkes (in Planung)
Ferienland Bernkastel-Kues
• Integriertes Klimaschutzkonzept des Landkreises Bernkastel-Wittlich (2024) • Teilnahme der VG Bernkastel-Kues am Kommunalen Investitionsprogramm Klimaschutz und Innovation (2024)
Ferienregion Wittlich Stadt & Land
• Tourismuskonzept (2023) • Integriertes Klimaschutzkonzept (2023)
Moselregion Traben-Trarbach Kröv
• Zertifizierung als TourCert Nachhaltiges Reiseziel • Tourismuskonzept (2019) • Praxisleitfaden zur Klimawandelanpassung im Moseltourismus (2023)
Ferienregion Zeller Land
• Tourismuskonzept (2021) • Nachhaltigkeitsstrategie und operatives Umsetzungskonzept (angestrebt)
Ferienland Cochem
• Nachhaltigkeitsstrategie des Landkreises Cochem-Zell (2019) • Nachhaltigkeitsbericht des Landkreises Cochem-Zell (2023)
Stadt Koblenz
• Tourismus-Symposium zum Thema „Zukunft und Nachhaltigkeit im Städtetourismus“ (2022) • Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen (2021) • Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks von „Rhein in Flammen“ (2022) • Leuchtturm-Angebot „Staycation“ (seit 2021)

¹ Diese Übersicht basiert auf Informationen, die der Mosellandtouristik GmbH nach entsprechender Anfrage aus den Teilregionen direkt zur Verfügung gestellt wurden. Sie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.



Neben den regionalen Konzepten hat die Mosellandtouristik GmbH im Jahr 2020 die Tourismusstrategie Mosel 2025 veröffentlicht und betreibt kontinuierliche Marktforschung, unter anderem Wertschöpfungsstudien sowie Zielgruppen- und Potenzialanalysen. Während Nachhaltigkeit in der Tourismusstrategie selbst noch kein eigenständiges Thema darstellt, gehört sie im Marketing- und Projektplan 2025 zu den beiden Schwerpunktthemen: „Kommunikation – Nachhaltigkeit und Transparenz“ und rückt somit mehr in den Fokus. Damit setzt die Mosellandtouristik GmbH einen wichtigen Impuls für die zukünftige Ausrichtung der Tourismusregion Mosel.

Über das Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz erhalten die touristischen Akteure umfangreiche thematische Informationen zu verschiedenen Themenbereichen. Hier können die Anbieter auf ein Informationsangebot zu Zertifizierungen im Bereich Qualität und Barrierefreiheit sowie zu finanziellen Fördermöglich-

keiten zugreifen. Zudem werden digitale Lernangebote bereitgestellt, darunter E-Learning-Kurse, Webinare und kurze Lernsnacks. Insgesamt bekommen alle Akteure vielfältige, leicht zugängliche Möglichkeiten, sich über verschiedene Nachhaltigkeitsthemen zu informieren und ihre Kompetenzen zu erweitern.

Darüber hinaus bieten auch die IHK und der DEHOGA praxisorientierte Handreichungen, mit denen sie touristische Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit unterstützen. Diese reichen von Beratungen zu Fördermöglichkeiten über Informations- und Schulungsformate bis hin zu Kampagnen, die Betriebe bei der Umsetzung konkreter Maßnahmen begleiten. Damit sind beide Institutionen eine wichtige Anlaufstelle für Unternehmen, die ihr nachhaltiges Engagement weiterentwickeln möchten.

2.3 Ausgewählte Ergebnisse der Destinationsbefragung tourismus-relevanter Akteure

Um von Beginn an die Perspektiven verschiedener Tourismusakteure (Hotellerie, Gastronomie, Weingüter mit Übernachtungsangebot, Erlebnisanbieter etc.) einzubeziehen, wurde im Mai 2025 eine Online-Befragung durchgeführt. Die Fragen enthielten u. a. allgemeine Informationen zu den Unternehmen oder Organisationen, den Wissensstand zum Thema Nachhaltigkeit sowie die praktische Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen und Erwartungen an das Nachhaltigkeitskonzept. Insgesamt nahmen 349 Akteure teil, aus deren Antworten sich ein guter Einblick in die Einschätzungen und Erfahrungen der lokalen Akteurslandschaft ergibt. Den größten Anteil stellten dabei Ferienhäuser und -wohnungen (ca. 26 %), gefolgt von Weingütern (ca. 20 %) und Betrieben der Hotellerie (ca. 19 %). Die Relevanz von Nachhaltigkeit wird unabhängig von Unternehmensart und Standort als sehr hoch eingestuft, und auch die eigene Umsetzungskompetenz wird bei einem Großteil der Betriebe hoch bewertet. Der bisherige Fokus bei der Umsetzung im betrieblichen Alltag liegt vor allem auf Investitionen im Bereich Innovation und Technologie, der Kommunikation des eigenen Nachhaltigkeitsengagements sowie der Entwicklung einer übergeordneten Nachhaltigkeitsstrategie oder -richtlinie(n). Weniger verbreitet sind die Nutzung standardisierter Checklisten oder die Ernennung bzw. Einstellung eines Nachhaltigkeitsbeauftragten.

Beim Thema Zertifizierungen dominieren Qualitätssiegel (ca. 17 %), während Nachhaltigkeits- und Barrierefreiheitssiegel seltener vorkommen (jeweils ca. 10 %). Anbieter aus Traben-Trarbach Kröv sind aufgrund der TourCert-Zertifizierung der Region insgesamt häufiger zertifiziert, insbesondere im Bereich Nachhaltigkeit (ca. 27 %). Die Hotellerie weist zudem höhere Zertifizierungsraten in allen drei Bereichen auf, während Weingüter bisher nur vereinzelt über entsprechende Siegel verfügen.

Um die Aktivitäten im Bereich sozialer, wirtschaftlicher und ökologischer Nachhaltigkeit zu ermitteln, wurde zusätzlich erhoben, was aktuell in der Praxis umgesetzt wird. Die am meisten verbreiteten Maßnahmen (mind. 50 %) sind nachfolgend aufgeführt.

Umgesetzte Maßnahmen im sozialen/kulturellen Bereich:

- Bereitstellung von Informationsmaterial mit Einblicken in die örtliche/regionale Geschichte sowie einem Überblick zu regionalen Kulturgütern, Brauchtümern und Traditionen (68 %)
- Unterstützung von Maßnahmen/Initiativen zum Erhalt des natürlichen/kulturellen Erbes (50 %)

Umgesetzte Maßnahmen im wirtschaftlichen Bereich:

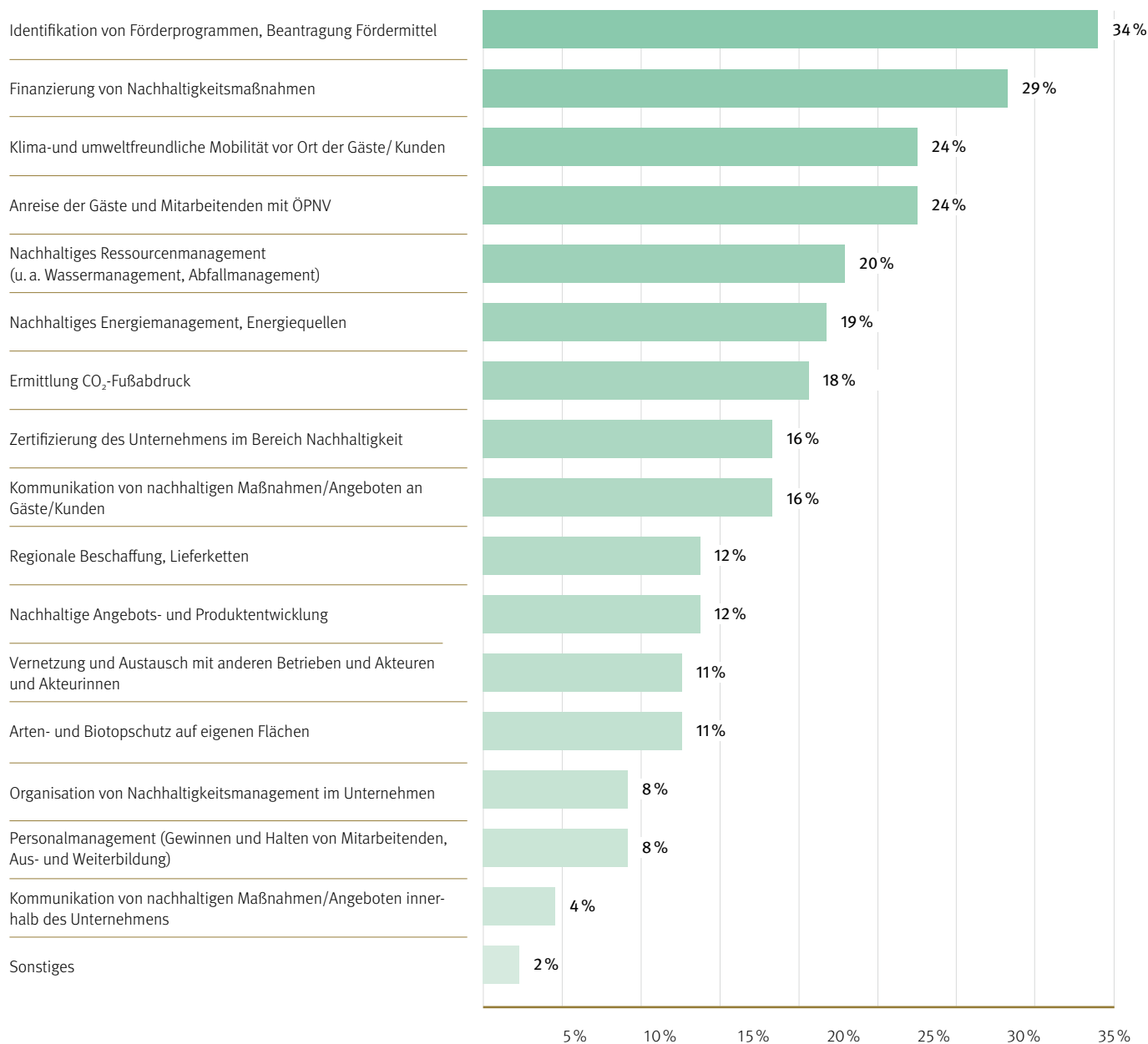
- Bevorzugung regionaler Anbieter bei der Beschaffung von Dienstleistungen (73 %)
- Bereitstellung von Informationsmaterial zu regionalen Einkaufsmöglichkeiten (59 %)
- Bevorzugung regional produzierter Waren und Lebensmittel im Einkauf (57 %)
- Vernetzung und Kooperation mit anderen Leistungsträgern und Partnern (47 %)

Umgesetzte Maßnahmen im ökologischen Bereich:

- Angebot von E-Ladestellen für Fahrräder (68 %)
- Umsetzung von Maßnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauchs (53 %)
- Dokumentation des Energieverbrauchs innerhalb des Unternehmens (56 %)
- Umsetzung von Wassersparmaßnahmen (45 %)
- Bezug von Öko-Strom aus erneuerbaren Energiequellen (45 %).

Als größte Hemmnisse bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen nennen die Teilnehmenden überwiegend fehlende finanzielle und zeitliche Ressourcen, eine geringe Nachfrage seitens der Gäste/ Kunden sowie mangelnde finanzielle Unterstützung von extern und hohe bürokratische Anforderungen. Passend dazu wird der größte Informations- und Unterstützungsbedarf im Bereich Fördermittel und Finanzierung sowie der Gästeanreise und -mobilität vor Ort gesehen.

Abbildung 3: Themenfelder mit besonderem Informations- und Unterstützungsbedarf



Quelle: Akteursbefragung, 2025 (n = 209, Mehrfachauswahl, freiwillige Angabe)

Zum Ende der Befragung konnten die Teilnehmer ihre Wünsche und Erwartungen an das Nachhaltigkeitskonzept teilen, welche nachfolgend aufgeführt sind:

- Verbesserungen in Verkehr und Mobilität, wie z.B. ein ausgebauter ÖPNV und zusätzliche Ladepunkte
- Klarere Information und Kommunikation, z. B. durch eine gezielte Gästekommunikation in Bezug auf die eigenen Nachhaltigkeitsziele

- Bedarf an mehr Unterstützung und einfachen Förderprogrammen
- Erhalt der regionalen Kulturlandschaft sowie eine vermehrte Nutzung regionaler Produkte
- Umwelt- und Ressourcenschutz: Starker Fokus auf Müllvermeidung und umweltfreundlichere Reinigungsmittel
- Wunsch nach einer engeren Zusammenarbeit innerhalb der Region, sowohl über die kommunale Ebene hinweg als auch zwischen den Betrieben.

2.4 Best Practice Beispiele Nachhaltigkeit in der Region Mosel

Ortszertifizierung „Reisen für alle“

Trier ist 2023 als erste Stadt in Rheinland-Pfalz mit der bundesweit anerkannten Ortszertifizierung „Reisen für Alle“ ausgezeichnet worden, welche barrierearme touristische Angebote dokumentiert und überprüft. Ziel der Auszeichnung ist es, die Zugänglichkeit von Freizeiteinrichtungen und touristischen Angeboten verlässlich darzustellen, damit Menschen mit Beeinträchtigungen selbstbestimmt und ohne fremde Hilfe die Stadt entdecken können. Unter Federführung der Trier Tourismus und Marketing GmbH wurden insgesamt 25 Partner aus Hotellerie, Kultur, Gastronomie und weiteren Bereichen geprüft und drei thematische Angebotsbündel für barrierearme Urlaubserlebnisse zusammengestellt. Die Zertifizierung ist vor allem ein wichtiges Instrument für Gäste, um mehr Planungssicherheit zu haben. Zudem zeigt sie Akteuren Verbesserungspotenziale auf, um bestehende Angebote kontinuierlich barrierefreier zu gestalten. Mit der Auszeichnung setzt Trier ein deutliches Signal für Inklusion im Tourismus und gibt zugleich Impulse für weitere Entwicklungen in diesem Bereich in der gesamten Region.

Reisen für Alle



© Saar-Obermosel-Touristik e.V.

Netzwerkveranstaltung „Nachhaltiger Tourismus“

Die erstmalige gemeinsame Netzwerkveranstaltung zum Thema „Nachhaltiger Tourismus“ des Saar-Obermosel-Touristik e.V. und des Vereins Hochwald-Ferienland brachte am 12. März 2025 rund 150 Akteure aus Tourismus, Weinwirtschaft, Genuss, Kultur, Natur und Landschaft zusammen.

Ziel der Veranstaltung war der Austausch, die Vernetzung und die Förderung nachhaltiger Tourismusstrategien in der Region. Grundlage bildete ein zweijähriges LEADER-gefördertes Projekt der Verbandsgemeinden Saarburg-Kell und Konz, das die Neuentwicklung, den Ausbau und die Attraktivitätssteigerung regionaler Angebote vorantreibt. Experten aus Hotellerie, Gastronomie, Kultur und Forstwirtschaft sowie grenzüberschreitende Partner diskutierten im Podiumsgespräch Erfolgsfaktoren nachhaltiger Tourismusentwicklung, während Keynotes praxisnahe Chancen und wirtschaftliche Potenziale aufzeigten. Über 30 Aussteller präsentierten ihre Angebote, und die Veranstaltung bot zahlreiche Gelegenheiten zum Netzwerken, Wissenstransfer und zur Inspiration für zukünftige Projekte – ein gelungenes Beispiel dafür, wie regionale Kooperationen nachhaltige Tourismusentwicklung fördern können.

Winterprogramm (R)auszeit

Die Initiative #(R)auszeit aus Cochem-Zell stärkt gezielt die Wintersaison und positioniert die Region als Ganzjahresdestination. Im Jahr 2019 schlossen sich die touristischen Akteure des Landkreises im Netzwerk Tourismuscluster Eifel | Mosel | Hunsrück zusammen, um gemeinsam die Herausforderungen der Branche zu beleuchten. Ein Fokuspunkt war der Fachkräftemangel. Ziel war es, attraktive Angebote zu entwickeln, die sowohl Gäste ansprechen als auch potenziellen Auszubildenden und Fachkräften zeigen, dass die Betriebe auch in den Wintermonaten geöffnet sind und ganzjährige Beschäftigungsmöglichkeiten bieten. #(R)auszeit geht mittlerweile in die sechste Runde und bündelt in der Wintersaison von November 2025 bis März 2026 über 260 abwechslungsreiche Angebote. Beispiele sind Winterwanderungen, kulinarische Genusslebnisse, Ausflugs- und Eventtipps oder entspannende Wellnessangebote. Damit trägt die Initiative nicht nur zur Verlängerung der Tourismussaison bei, sondern steigert auch die Attraktivität der Region, stärkt die lokale Wirtschaft und fördert eine nachhaltige, ganzjährige touristische Entwicklung.



#(R)AUSZEIT

Fokussseite Nachhaltiger Urlaub

Mit ihrer Fokussseite zum Thema „Nachhaltiger Urlaub“ macht die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH seit Ende 2024 nachhaltige Reiseangebote im Land sichtbar und schafft einen zentralen Anlaufpunkt für bewusste Urlaubsplanung. Die Seite erzählt Geschichten rund um nachhaltiges Reisen, unter anderem zu besonderen Campingplätzen, Naturerlebnissen wie Mooren oder barrierefreien Angeboten. Außerdem enthält sie praktische Tipps zur klimafreundlichen Anreise und Mobilität vor Ort. Nachhaltige Betriebe und Ausflugsziele werden aus der landesweiten Datenbank automatisch dargestellt, wenn sie mindestens 15 Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Es kann zudem auf den jeweiligen Detailseiten und im ergänzenden FAQ-Bereich nachgelesen werden, um welche es sich handelt. Die Fokussseite stärkt die Sichtbarkeit engagierter Leistungsträger, unterstützt Gäste bei einer bewussten Reiseentscheidung und setzt gleichzeitig Anreize für weitere Anbieter, ihre Nachhaltigkeitsdaten zu pflegen.

→ www.rlp-tourismus.com/de/nachhaltiger-urlaub

2.5 Trends im Tourismus und Relevanz für die Region Mosel

Demographischer Wandel

Der steigende Anteil älterer, kaufkräftiger Reisender führt zu veränderten Ansprüchen an Komfort, Sicherheit, Mobilität und Erlebnisgestaltung. Die Nachfrage verschiebt sich hin zu barrierearmen, serviceorientierten Angeboten sowie sanften Aktiv- und Naturerlebnissen.

Ableitungen für die Region Mosel:

- Barrierearme und komfortorientierte Angebote ausbauen, um ältere Zielgruppen anzusprechen
- Natur-, Kultur- und Aktivangebote mehr mit sanften Bewegungsangeboten verknüpfen
- Angebote mit Sicherheitsaspekten und Servicequalität verstärken

Digitalisierung

Digitale Technologien prägen zunehmend das Reiseverhalten entlang der gesamten Customer Journey. Gäste erwarten benutzerfreundliche digitale Services, Inspiration und Buchbarkeit auf mobilen Endgeräten sowie vernetzte Angebote, die Information, Erlebnis und Service komfortabel miteinander verbinden. Zudem können viele Prozesse durch digitale Technologien vereinfacht werden.

Ableitungen für die Region Mosel:

- Webseite vertriebsorientierter gestalten
- Erlebnisse in Deskline buchbar machen
- Social Media noch intensiver für Inspiration nutzen
- Storytelling und digitale Erlebnisse mit Wein- und Naturtourismus verbinden

Praxisbeispiel

Bad Tölz hat sich früh und konsequent als **barrierearme und komfortorientierte Urlaubs- und Gesundheitsdestination** für ältere und mobilitätseingeschränkte Gäste etabliert. Viele öffentliche Gebäude, Unterkünfte und Einrichtungen wie die Tourist-Information sind gut erreichbar und haben barrierefreie Zugänge und WCs. So können auch Gäste mit Rollator oder Rollstuhl bequem die Altstadt, Kulturangebote und die Natur rund um Isar und Alpen genießen.

→ www.bad-toelz.de/de/rund-um-bad-toelz/bad-toelz-fuer-alle-barrierefrei.html

Praxisbeispiel

Die **Stadt Köln** hat mit „**VisitKöln**“ ein **digitales Gästeverzeichnis** etabliert, das Touristen über ihr Smartphone oder Tablet Echtzeit-Informationen zu Sehenswürdigkeiten, Events und Freizeitangeboten liefert, inklusive Buchbarkeit von Erlebnissen und Services. Die App bündelt **Attraktionen, Veranstaltungen und Hotels** in einer Plattform und macht die Stadtinformation mobil, aktuell und nutzerfreundlich verfügbar.

→ www.koelntourismus.de/service/presse/news/detail/koelntourismus-launcht-digitale-gaestemappe

Wertewandel und Nachhaltigkeit

Reisende orientieren sich mehr an Authentizität, Regionalität und ökologischer Verantwortung. Die Nachfrage nach umweltfreundlichen Unterkünften und kulturell sensiblen Aktivitäten steigt, während CO₂-Reduzierung und Nachhaltigkeitszertifizierungen zunehmend als Qualitätsmerkmal und Entscheidungskriterium wahrgenommen werden (vgl. Umweltbundesamt, 2025).

Ableitungen für die Region Mosel:

- Nachhaltige und authentische Angebote mit regionalem Bezug stärken und sichtbar machen
- Transparenz nachhaltiger Maßnahmen der Anbieter erhöhen und kommunizieren
- Anbieter zur Nutzung des Nachhaltigkeits-Checks Rheinland-Pfalz motivieren

Praxisbeispiel

Bei **Schwendaktionen im Achenental** packen Gäste, Einheimische und Almbauern gemeinsam an, um Almwiesen von unerwünschtem Gehölz und Sträuchern zu befreien. Diese unverzichtbare jahrhundertealte Form der Almpflege bewahrt nicht nur die artenreichen Kulturlandschaften vor der Verbuschung, **sondern vermittelt den Helfern auch tiefe Einblicke in die traditionelle Almwirtschaft.**

→ www.achental.com/schwenden-auf-der-alm/

Hektik und Stress im Alltag

Ein hektischer Lebensstil und steigende Stressbelastung führen zu einer wachsenden Nachfrage nach Rückzug, Entschleunigung, Naturerlebnis sowie Wellness- und Gesundheitsangeboten. Gäste suchen Ruhe, Erholung und naturnahe Aktivitäten in ländlichen Regionen, die als Gegenpol zum urbanen Alltag fungieren können (vgl. Zukunftsinstitut).

Ableitungen für die Region Mosel:

- Region als naturnahen Rückzugsort mit vielfältigen Entschleunigungsangeboten positionieren
- Wellness-, Gesundheits- und Naturerlebnisse (z. B. Wandern, Radfahren) gezielt ausbauen
- Kommunikation speziell an gestresste Stadtbewohner richten und Erholung als zentrale Botschaft nutzen

Praxisbeispiel

Der **Schwarzwald** positioniert sich erfolgreich als **Erholungs- und Gesundheitsregion**, indem er naturnahe Erlebnisangebote mit präventiven Gesundheitsleistungen klar kommuniziert. Gäste finden **zertifizierte Wellness- und Medical-Wellness-Hotels, Waldbaden-Programme, entspannte Naturaktivitäten sowie gesundheitsorientierte Arrangements**, die Stressabbau und Regeneration fördern.

→ www.schwarzwald-tourismus.info/erleben/wellness





Individualität und Qualitätsansprüche

Reisende erwarten zunehmend komfortable, nutzerfreundliche und hochwertige Angebote, die sie flexibel kombinieren können und die ihren individuellen Interessen entsprechen. Gleichzeitig steigen die Ansprüche an Bequemlichkeit, Servicequalität und transparente Information, sodass Destinationen vielfältige und qualitativ überzeugende Leistungen bereitstellen müssen.

Ableitungen für die Region Mosel-Saar:

- Informationen zum touristischen Angebot klar, einfach und umfassend bereitstellen
- Flexible, kombinierbare Themenbausteine anbieten, die individuelle Reisewünsche bedienen
- Premiumangebote hervorheben und Teilnahme an Qualitätsinitiativen fördern

Praxisbeispiel

Das **Allgäu** richtet seine Tourismusstrategie konsequent auf Qualität und Individualisierung aus, indem es über das Label „**Allgäu TopHotels**“ besonders hochwertige Unterkünfte mit **regionaler Verankerung sowie Wellness- und Naturerlebnisangeboten bündelt**. Gäste profitieren von **geprüften Qualitätsstandards, persönlichem Service und zielgruppenorientierten Arrangements**, die sich an individuelle Bedürfnisse anpassen und einen komfortablen sowie authentischen Aufenthalt ermöglichen.

→ www.allgaeu-top-hotels.de

Tourismus als Standortfaktor

Tourismus wirkt als wirtschaftlicher Motor, der lokale Wertschöpfung stärkt, Arbeitsplätze schafft und zur Weiterentwicklung von Infrastruktur und Lebensqualität beiträgt. Gleichzeitig steigen die Erwartungen an authentische, sozial- und umweltverträgliche Angebote, wodurch Tourismus zu einem wichtigen Gestaltungsfaktor für nachhaltige regionale Entwicklung wird.

Ableitungen für die Region Mosel:

- Querschnittsthemen (z. B. Nahverkehr und Naherholung) in die Tourismusentwicklung integrieren
- Bewusstsein der Bevölkerung für Tourismus durch regionale Identität und lokale Produkte stärken
- Innenmarketing und Qualifizierung der Akteure zur nachhaltigen Stärkung der Region fördern

Praxisbeispiel

Der **Naturpark Lüneburger Heide** verbindet Natur-, Erholungs- und Freizeitangebote mit nachhaltiger Regionalentwicklung. Zentrale Leitlinien sind der **Schutz der Kulturlandschaft, sanfter Tourismus und die Förderung regionaler Wertschöpfung**. Über ein breites Angebot aus **Rad- und Wanderwegen, naturnaher Erholung sowie Unterstützung regionaler Anbieter** trägt der Tourismus spürbar zur Wirtschafts- und Lebensraumqualität der Region bei.

→ naturpark-lueneburger-heide.de/der-naturpark/ziele-und-aufgaben



Alternative Urlaubsformen

Flexible Arbeitsmodelle und Remote Work führen zu häufigeren, kürzeren und spontaneren Reisen, bei denen Arbeit und Freizeit verschmelzen. Dadurch steigt der Bedarf an kurzfristigen Buchungsmöglichkeiten sowie an geeigneter Infrastruktur – etwa stabilen digitalen Verbindungen oder ruhigen Arbeitsbereichen.

Ableitungen für die Region Mosel:

- Neue Zielgruppe möchte Arbeit und Urlaub verbinden
- Beherbergungsbetriebe sollten gute Arbeitsplätze und zuverlässiges WLAN bereitstellen
- Flexible Angebote und Kommunikation für kurzfristige Buchungen stärken

Kulinarik

Essen und Trinken entwickeln sich zunehmend zu eigenständigen Reiseanlässen, bei denen Gäste gezielt nach authentischen, regionalen Produkten, nachhaltiger Gastronomie und glaubwürdigen Geschichten rund um Herkunft, Handwerk und Produzent suchen. Kulinarik wird damit zum Erlebnis- und Identitätsstifter, der Regionen profilieren und differenzieren kann (vgl. Prof. Jens Rüdiger).

Ableitungen für die Region Mosel:

- Wein und regionale Lebensmittel als Kernprofil erlebbar machen und stärker touristisch inszenieren
- Nachhaltige Gastronomie sowie kurze Lieferketten fördern und sichtbar kommunizieren
- Kulinarisches Storytelling nutzen, um Produkte, Produzent und Orte authentisch zu verbinden

Praxisbeispiel

Sylt positioniert sich als attraktive Workation-Destination, wo moderne Technik und flexible Coworking-Spaces **produktives Arbeiten direkt am Meer** ermöglichen. Einige Hotels bieten gezielt „**Workation Specials**“ mit Wellnessbereich und Frühstücksbuffet an, sodass Gäste ihre Mittagspause und Freizeit mit Surfkursen, Strandspaziergängen oder Saunagängen gestalten können. So kommt die Erholung nicht zu kurz, während der Arbeitsalltag produktiv bleibt.

→ www.sylt.de/coworking

Praxisbeispiel

Die **Genussregion Oberfranken** zeigt, wie Kulinarik als touristisches Profil genutzt werden kann, indem **regionale Produkte, handwerkliche Betriebe und gastronomische Angebote** gezielt vernetzt und über **Storytelling, Events und Kooperationen** vermarktet werden. Damit wird **Genuss zum Reiseanlass und Identitätsstifter**, der Gäste gezielt anzieht und die regionale Wertschöpfung stärkt.

→ www.genussregion-oberfranken.de

Inklusion

Der Tourismus muss für alle Generationen, Kulturen und Bedürfnisse zugänglich sein. Barrierearme Infrastruktur, altersgerechte Angebote und diskriminierungsfreie Kommunikation werden zu zentralen Qualitätsmerkmalen, die Teilhabe ermöglichen und neue Zielgruppen erschließen.

Ableitungen für die Region Mosel:

- Barrierearme Infrastruktur und Angebote weiter ausbauen und sichtbar kommunizieren
- Diversity- und inklusionsorientierte Kommunikation etablieren
- Anbieter für inklusive Standards und Servicequalität sensibilisieren und qualifizieren

Praxisbeispiel

Das **Ruppiner Seenland** setzt gezielt auf **barrierefreie Wassererlebnisse** für alle Gäste. Zu den Besonderheiten zählen das **barrierefreie Fahrgastschiff MS „Remus“** in Rheinsberg sowie **rollstuhlgerichte Hausboote**, die komfortable und eigenständige Wasseraufenthalte auf den Seen für alle Gäste ermöglichen.

→ www.ruppiner-seenland.de/erlebnisse/fuer-alle

Resilienz & Klimawandelanpassung

Destinationen müssen verstärkt auf Pandemien, Extremwetter und andere Krisen reagieren. Daher werden Risikomanagement, Anpassungsstrategien und eine klimafeste Infrastruktur zu zentralen Aufgaben der Destinationsentwicklung. Dies gilt insbesondere für den Schutz und Erhalt der Weinkulturlandschaft als zentrales Alleinstellungsmerkmal der Mosel (Klimawandelbedingter Attraktivitätsverlust). Ziel ist es, touristische Systeme widerstandsfähiger zu machen und zugleich die Lebens- und Aufenthaltsqualität zu sichern.

Ableitungen für die Region Mosel:

- Klimarisiken fortlaufend analysieren und Daten zu Treibhausgasemissionen nutzen, um Auswirkungen besser einschätzen und steuern zu können
- Akteure für Klimawandel, Risiken und Anpassungsstrategien sensibilisieren, um Wissen, Handlungskompetenzen und Verantwortungsbewusstsein zu stärken
- Infrastruktur, Angebote und Besucherlenkung klimafest gestalten, z. B. durch hitzerobuste Maßnahmen, Ganzjahresangebote und professionelles Risikomanagement
- Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel im Weintourismus umsetzen; neue innovative und robuste Rebsorten (sog. Piwis) anpflanzen

Praxisbeispiel

Der **Nationalpark Bayerischer Wald** setzt auf eine umfassende **Klimaanpassungsstrategie**, bei der Outdoor-Erlebnisse, Naturschutz und Besucherlenkung eng miteinander verzahnt werden. Durch **klimafeste Wanderwege**, **Renaturierung von Moor- und Waldflächen**, **Schutz vor Erosion** sowie **saisonale Besucherinformationen** wird die Region widerstandsfähiger gegenüber Extremwetter, während zugleich hochwertige Naturerlebnisse erhalten bleiben. Der Nationalpark nutzt zudem **Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit**, um Gäste für Klimafolgen zu sensibilisieren und nachhaltiges Verhalten im Outdoor-Tourismus zu fördern.

→ www.nationalpark-bayerischer-wald.bayern.de

2.6 SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse zur touristischen Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Bestandteil des vorliegenden Konzepts und bildet die strategische Orientierung zur Entwicklung des Maßnahmen- und Aktionsplans. Sie bietet ein kompaktes, strukturiertes Lagebild, das interne Faktoren (Stärken und Schwächen) sowie externe Rahmenbedingungen (Chancen und Risiken) in ihrer Bedeutung für eine nachhaltige Ausrichtung des Tourismus in der Moselregion zusammenführt.

Die Erstellung der SWOT-Analyse stützt sich auf die Situationsanalyse zur touristischen Ausgangslage der Region, auf ausgewählte Trends und Entwicklungen im Destinationsmanagement sowie auf qualitative Einschätzungen aus der Akteursbefragung. Die Analyse verdeutlicht, wo die Moselregion aktuell steht, welche Potenziale sich für eine weitere Verankerung von Nachhaltigkeit bieten und an welchen Stellen konkreter Handlungsbedarf besteht. Damit unterstützt die SWOT-Analyse insbesondere die spätere Ableitung konkreter Maßnahmen und Leitprojekte und dient zugleich als Orientierungshilfe, um die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten im Tourismus der Moselregion systematisch, wirkungsorientiert und praxisnah zu gestalten.

Tabelle 3: SWOT-Analyse zur touristischen Nachhaltigkeit in der Region Mosel

Analyse der Stärken	Analyse der Schwächen
Strategische Rahmenbedingungen • Verankerung von Nachhaltigkeit in der Landestourismusstrategie • Förderprogramme zu Klimaschutz und Anpassung • Strategische Maßnahmen in einigen Regionen bereits umgesetzt	Strategische Rahmenbedingungen • Fehlende sektorübergreifende Anpassungsstrategien auf kommunaler Ebene • Kein umfassendes touristisches Nachhaltigkeitskonzept in vielen Regionen • Tourismus oft nicht in Klimaschutzkonzepten berücksichtigt
Angebot und Infrastruktur • Einige nachhaltig agierende Betriebe, teils mit Zertifizierungen • Investitionen in Infrastruktur wirken sich positiv auf Tourismus aus • Verlängerte Hauptsaison durch Angebote wie Radfahren oder Wandern im Frühjahr/Herbst	Angebot und Infrastruktur • Geringe finanzielle Spielräume kleiner Betriebe • Zahl der in allen Dimensionen nachhaltig wirtschaftenden Betriebe ist weiter ausbaufähig • Investitionsstau bei touristischer Infrastruktur behindert nachhaltige Modernisierung
Nachfrage und Markt • Megatrend Nachhaltigkeit führt zu wachsendem Interesse an nachhaltigen Angeboten • Trend zu Urlaub in der Natur und in Deutschland • Umweltbewusste junge Zielgruppen als Potenzial	Nachfrage und Markt • Infrastruktur wenig auf junge Zielgruppen zugeschnitten • Geringes Maß an Innovationsfreude im Tourismusbereich
Kommunikation und Sichtbarkeit • Professionalisierung des Außenmarketings kann Nachhaltigkeit mehr in den Fokus rücken • Erste Leuchtturmprojekte (z. B. Zertifizierungen) stärken Außenwirkung	Kommunikation und Sichtbarkeit • Vernetzung und Sichtbarkeit nachhaltiger Akteure und ihrer Angebote sind verbesserungsbedürftig • Bestehende Nachhaltigkeitsbemühungen werden oft nicht ausreichend kommuniziert • Fehlende überregionale Strategie

Analyse der Chancen	Analyse der Risiken
Nachfrage und Markt Trend zu nachhaltigem, naturnahem und regionalem Reisen – insbesondere bei jungen, umweltbewussten Zielgruppen	Ökologische Risiken Klimawandelbedingte Wetterextreme (Hochwasser, Hitze, Sturm) beeinträchtigen Infrastruktur, Weinbau und Reiseerlebnis
Angebot und Infrastruktur - Saisonverlängerung durch Naturaktivitäten (Wandern, Radfahren) im Frühjahr und Herbst - Weintourismus und Kulturerlebnisse bieten Alleinstellungsmerkmale mit Potenzial zur Weiterentwicklung - Flexible Angebotsgestaltung kann auf verändertes Buchungs- und Reiseverhalten reagieren - Die zunehmende Bedeutung von Regionalität als Nachhaltigkeitsfaktor stärkt lokale Wertschöpfungsketten	Ökonomische Risiken - Inflation, Wirtschaftskrise und Kaufkraftverlust schränken touristische Nachfrage und Investitionen ein - Mangel an Personal und Fachkräften sowie unsichere Betriebsnachfolgen gefährden Angebotsqualität und -vielfalt
Kommunikation und Sichtbarkeit Professionalisierung des Außenmarketings kann nachhaltige Profilbildung stärken	Technologische Risiken Unzureichende Digitalisierung, Cyber-Attacken und Innovationshemmnisse schwächen Wettbewerbsfähigkeit
Qualifizierung & Kooperationen - Förderung nachhaltiger Tourismusangebote durch Programme und Zertifizierungen - Ausbau von Netzwerken und Kooperationen fördert Resilienz und gemeinsame Positionierung	Management Risiken - Fehlende Anpassungsstrategien und geringe Sichtbarkeit nachhaltiger Angebote erschweren Reaktion auf neue Anforderungen - Kurzfristige Planungslogiken im Tourismus stehen im Widerspruch zu den langfristigen Anforderungen der Klimaanpassung
	Soziale Risiken Gesellschaftliche Polarisierung und ein allgemeiner Rechtsruck in der Bevölkerung können abschreckend auf bestimmte Gästegruppen wirken

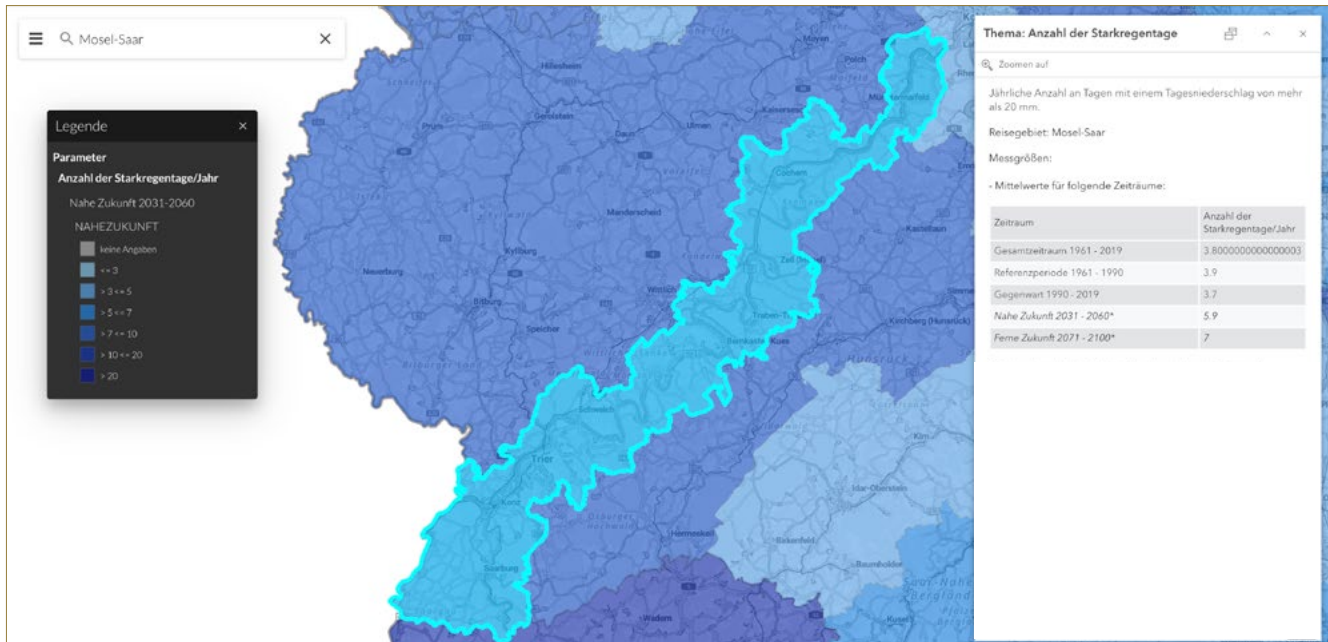
Quelle: mascontour, 2025

2.7 Vertiefende Analyse mit Blick auf Klimarisiken²

Die Region Mosel ist besonders von **wasser- und temperaturbezogenen Klimarisiken** betroffen, die in den kommenden Jahrzehnten voraussichtlich weiter zunehmen werden. Bereits heute führen Hochwasserereignisse immer häufiger zu erheblichen Schäden an touristischer Infrastruktur wie Uferpromenaden, Radwegen und Campingplätzen. Hinzu kommen kurzfristige Schließungen von Hotels, Weingütern und Gaststätten in Flussnähe und ggf. notwendige Gebäudesanierungen sowie daraus resultierende Stornierungen und Umsatzeinbrüche – oft verstärkt durch mediale Berichterstattung.

Auch **Starkregenereignisse** gewinnen zunehmend an Bedeutung. Laut Prognosen des Umweltbundesamtes wird sich die Zahl der jährlichen Starkregentage innerhalb der nächsten 50 Jahre etwa verdoppeln. Dies erhöht das Risiko von Hangrutschungen und anderen akuten Gefährdungslagen, die sowohl die Sicherheit als auch die Durchführbarkeit touristischer Aktivitäten beeinträchtigen. Gleichzeitig schrecken Starkregenereignisse potenzielle Gäste ab und wirken sich damit unmittelbar auf Besucherzahlen und Aufenthaltsqualität aus. Insbesondere der Weinbau ist durch die zunehmenden Unwetter stark belastet; Hagel, Sturm und später Frost im Frühjahr nach dem Austrieb der Knospen gefährden den Weinbau zunehmend.

Abbildung 4: Prognose der jährlichen Starkregentage bis 2060



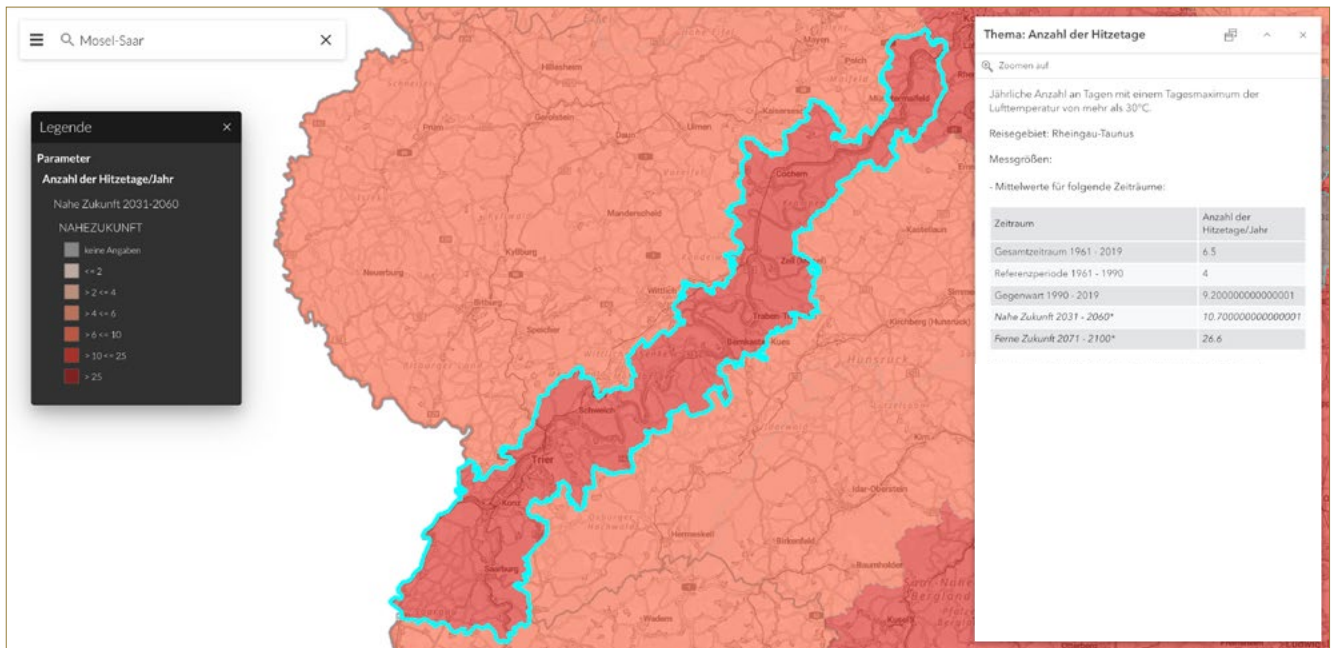
Quelle: Umweltbundesamt, 2023 (<https://gis.uba.de/maps/resources/apps/tourismus/index.html?lang=de>)

² Das Land Rheinland-Pfalz widmet sich aktuell im Rahmen eines Projektes den Folgen des Klimawandels und erarbeitet einen Leitfaden zu Klimawandelfolgen und Anpassungsstrategien im Tourismus Rheinland-Pfalz. Darin werden u. a. die Folgen für die touristischen Regionen und Empfehlungen zur Anpassung dargestellt.

Anhaltende Trockenheit und Dürre verschärfen weiterhin die klimatischen Belastungen in der Moselregion. Längere Trockenperioden verändern das Landschaftsbild sichtbar. Gleichzeitig gehen Artenvielfalt und Verfügbarkeit regionaler Produkte in der Landwirtschaft zurück – Faktoren, die sowohl das Naturerlebnis als auch die regionale Gastronomie beeinflussen.

Zudem wird der Umgang mit Wasser immer herausfordernder, da die Grundwasserneubildung sinkt, während gleichzeitig der Bedarf in allen Bereichen steigt (u. a. Bewässerung Außenanlagen, Pools).

Abbildung 5: Prognose der jährlichen Hitzetage bis 2060



Quelle: Umweltbundesamt, 2023 (<https://gis.uba.de/maps/resources/apps/tourismus/index.html?lang=de>)

Die beschriebenen Entwicklungen zeigen deutlich, dass der Tourismus an der Mosel künftig vermehrt und häufiger von klimatischen Extremereignissen und deren Auswirkungen betroffen sein wird. Eine vorausschauende Anpassung von Infrastruktur und Angeboten wird damit zunehmend unverzichtbar und muss auch im vorliegenden Nachhaltigkeitskonzept mitgedacht werden.



STRATEGISCHE AUSRICHTUNG DES NACHHALTIGEN TOURISMUS IN DER REGION MOSEL

3.1 Werte & Vision

Gemeinsame **Werte** bilden die Grundlage für eine erfolgreiche Tourismusentwicklung: Sie definieren Haltungen, schaffen Orientierung und geben vor, in welche Richtung sich eine Region entwickeln möchte. In der Tourismusstrategie 2025 wurden sechs zentrale Markenwerte für die Tourismusregion Mosel formuliert. Im Rahmen der Entwicklung des

Nachhaltigkeitskonzepts wurden diese Werte gemeinsam mit den lokalen Akteuren überprüft, weiterentwickelt und um weitere ergänzt, die aus Sicht der Beteiligten künftig besonders richtungsweisend für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in der Region Mosel sein sollten.

Werte aus der Tourismusstrategie 2025

- | | |
|------------------|--------------------|
| • Handgemacht | • Qualitätsvoll |
| • Gastfreundlich | • Leidenschaftlich |
| • Regional | • Nachhaltig |

Ergänzte (zukünftige) Werte

- | | |
|------------------------------|-------------|
| • Verantwortungsbe-
wusst | • Achtsam |
| • Kooperativ | • Innovativ |
| • Zukunftsorientiert | • Resilient |
| • Traditionsbewusst | • Natürlich |
| • Weltoffen | • Ehrlich |



Es wurde deutlich, dass die bestehenden Werte „handgemacht“ und „leidenschaftlich“ als nicht mehr passend eingeschätzt wurden. Besonders hohe Zustimmung erhielten hingegen die Werte „verantwortungsbewusst“, „kooperativ“, „zukunftsorientiert“ und „traditionsbewusst“.

Auf Basis der gemeinsam entwickelten Werte wurde das Zukunftsbild abgeleitet. Die Vision beschreibt bildhaft, wie nachhaltiger Tourismus in der Region Mosel im Jahr 2030 aussehen soll. Sie soll Emotionen wecken und Sinn stiften und bildet die Grundlage für die strategischen Ziele, die im Anschluss beschrieben werden. Bei ihrer Entwicklung wurden sowohl die Vision und Mission der Tourismusstrategie 2025 als auch die Vision aus dem Nachhaltigkeitskonzept für den Rheinland-Pfalz-Tourismus berücksichtigt.

Vision nachhaltiger Tourismus in der Region Mosel 2030

Die Region Mosel ist eine **Weinkultur- und Naturlandschaft von besonderem Wert** – geprägt von **einzigartigen Steillagen, mäandernden Flussläufen, historischen Orten und lebendiger Kultur**.

Diese **besondere Vielfalt** wollen wir **bewahren** und gleichzeitig **weiterentwickeln**, damit sie von **Gästen erlebbar bleibt** und **Einheimischen eine hohe Arbeits- und Freizeitqualität** bietet.

Wir stehen für einen Tourismus, der **Menschen verbindet, regionale Werte stärkt** und **Natur, Kultur sowie Genuss in Einklang** bringt.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns **Qualität, Ehrlichkeit und Verantwortung**: für die Kultur und Landschaft, die Menschen vor Ort und kommende Generationen.

Unsere Destination steht für **aktiven Genussurlaub**, in dem Gäste **hochwertige Erlebnisse** finden – von **nachhaltiger Mobilität** über **regionale Produkte** bis hin zu **innovativen klimafreundlicheren Angeboten**.

Dabei setzen wir insbesondere auf **Kooperation und Zusammenhalt** und gestalten mit den Anbietern, Einheimischen und Gästen einen Tourismus, der **wirtschaftlich erfolgreich ist**, das **Gemeinwohl stärkt** und weit **über die Region hinaus als Vorbild** gesehen wird.

Die Region Mosel ist damit eine Destination, die **inspiriert** und **gleichzeitig Verantwortung übernimmt**.



3.2 Strategische Ziele

Die strategischen Ziele bilden die zentralen inhaltlichen Prioritäten für die zukünftige Entwicklung des nachhaltigen Tourismus in der Region Mosel. Sie leiten sich aus den zuvor formulierten Werten und der Vision ab, geben die Richtung für die Tourismusentwicklung vor und unterstützen die tägliche Tourismusarbeit bei der Umsetzung der Vision. Das Zielsystem umfasst fünf übergeordnete Ziele, die als langfristige Orientierungspunkte dienen und die Grundlage für die Ableitung konkreter Handlungsfelder und Maßnahmen des Nachhaltigkeitskonzepts bilden.



Wir setzen uns für die Umsetzung der nachfolgenden Ziele ein:

1. Nachhaltigen Genuss erlebbar machen

WIR positionieren die Region Mosel als führende Weingenußregion - durch Wein, Kulinarik und Kultur, die Authentizität, Nachhaltigkeit und regionale Identität vereinen und so bleibende Erlebnisse schaffen.

2. Natur und Landschaft wertschätzen und gestalten

WIR bewahren Flusslandschaften, Weinberge und Wälder, gestalten naturnahe Angebote und sensibilisieren Gäste wie Einheimische für einen achtsamen Umgang mit der Natur.

3. Lebendige Kultur und Identität vermitteln und stärken

WIR erzählen die Geschichten unserer Region – von Traditionen bis zu zeitgenössischer Kultur – und machen sie auf nachhaltige Weise erlebbar.

4. Nachhaltige Mobilität und touristische Infrastruktur entwickeln

WIR unterstützen klimafreundliche, barrierearme und innovative Lösungen für Anreise, Aufenthalt und Erleben und gestalten so eine zukunftsfähige Tourismusregion.

5. Region gemeinsam zukunftsfähig gestalten

WIR vernetzen Akteure, stärken regionale Wertschöpfung und fördern Kooperation, Bildung und Beteiligung – für eine gemeinsame Verantwortung, eine starke Zukunft der Destination und ökonomischen Erfolg.

3.3 Zielgruppen & Quellmärkte

Die Zielgruppenstrategie der Region Mosel knüpft an die landesweite Ausrichtung von Rheinland-Pfalz an, bei der die Gästegruppen differenziert betrachtet werden. Grundlage dafür sind die Sinus-Milieus, die nicht nur klassische Merkmale wie Alter oder Einkommen berücksichtigen, sondern vor allem Lebensstile und Wertvorstellungen, die das Informations- und Reiseverhalten maßgeblich prägen. Im Mittelpunkt steht dabei das Postmaterielle Milieu, das aufgrund seines hohen Anspruchs an Qualität, Verantwortung und Nachhaltigkeit besonders gut zu den entwickelten Werten und zur Vision eines nachhaltigen Tourismus in der Region passt. Menschen dieses Milieus schätzen kulturelle wie landschaftliche Besonderheiten, sind wissbegierig, verantwortungsbewusst und suchen hochwertige, naturnahe und authentische Erlebnisse – ein Profil, das die Tourismusregionen entlang der Mosel in vielen Bereichen überzeugend bedient.

In der Tourismusstrategie Mosel 2025 wurden basierend auf den Charakteristika des postmateriellen Milieus drei Kernzielgruppen definiert, die die strategische Basis für Marketing, Angebots- und Produktentwicklung liefern: Aktive Naturgenießer, Städte-Genießer sowie Kultur- und Landschaftsliebhaber.

Vielseitig Aktive werden darüber hinaus als ergänzende Zielgruppen angesprochen. Gleichzeitig bleiben weitere Gästesegmente jenseits der Sinus-Milieus für die touristische Wertschöpfung bedeutsam. Geschäftsreisende, Gruppenreisende und Besucher aus dem regionalen Umfeld weisen weiterhin eine starke Passung zu bestehenden Angeboten auf und tragen maßgeblich zur Auslastung und wirtschaftlichen Stabilität der Betriebe bei. Die Fokussierung auf das postmaterielle Milieu dient vor allem der strategischen Schärfung der Markenpositionierung, ohne andere Zielgruppen auszuschließen. Eine zentrale Rolle spielen zudem Gäste mit ausgeprägtem Nachhaltigkeitsinteresse, die in ihrem Anspruch an emissionsarme Mobilität, regionale Produkte und umweltfreundliche Angebote den Kern der Werte widerspiegeln, die im Rahmen der Konzeptentwicklung gemeinsam formuliert wurden.



Für die internationale Ausrichtung spielen sowohl die spezifischen Quellmärkte der Moselbesucher als auch die für Rheinland-Pfalz insgesamt bedeutenden Auslandsmärkte eine Rolle. Die Mosel profitiert traditionell vor allem von Gästen aus den Niederlanden und Belgien, in jüngerer Vergangenheit auch aus der Schweiz, sodass diese Märkte besonders relevant für die weitere touristische Entwicklung sind. Auch in der Landesstrategie von Rheinland-Pfalz stehen diese Auslandsmärkte im Fokus. Ergänzend dazu wird mit Dänemark ein weiterer, moselspezifisch relevanter Quellmarkt bei der künftigen Ansprache berücksichtigt. So entsteht eine Ausrichtung, die sowohl den regionalen Gegebenheiten als auch den landesweiten Prioritäten gerecht wird.

Perspektivisch ist geplant, die Zielgruppensegmentierung auf Basis der Sinus-Milieus weiter zu schärfen, zumal entsprechende Marktforschungsdaten kontinuierlich fortgeschrieben werden und damit eine wichtige Grundlage für die praktische Arbeit bieten.

4.1 Handlungsfelder

Die zukünftige Tourismusentwicklung in der Region Mosel orientiert sich, im Einklang mit der landesweiten Strategie, an den Grundsätzen der Nachhaltigkeit. Dabei stehen fünf Handlungsfelder im Fokus, die wichtige Impulse für die Weiterentwicklung der Tourismusregion setzen und ihre Wettbewerbsfähigkeit langfristig sichern. Um eine ausgewogene Entwicklung zu gewährleisten, werden sowohl die Erwartungen der Gäste als auch die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung gleichermaßen berücksichtigt.

Das Thema Klimawandelanpassung wird in allen Handlungsfeldern als übergreifende Aufgabe und an passenden Stellen berücksichtigt - besonders bei der Planung von Infrastruktur und der Entwicklung neuer touristischer Angebote. Ziel ist es, die Region Mosel als Destination für nachhaltige Urlaubserlebnisse zu stärken, indem ökonomische, ökologische und soziale Aspekte sowie ein wirksames Nachhaltigkeitsmanagement miteinander verknüpft werden. Auf dieser Grundlage werden in den folgenden fünf Handlungsfeldern konkrete Maßnahmen umgesetzt:

1. Produktentwicklung: Weiterentwicklung attraktiver Tourismusangebote, bei denen ökologische und soziale Aspekte konsequent integriert werden, wie z.B. durch emissionsarme Veranstaltungen, nachhaltige Erlebnispakete oder den Einsatz regionaler Produkte (Beitrag zu den strategischen Zielen 1: Nachhaltigen Genuss erlebbar machen, 2: Natur und Landschaft wertschätzen und gestalten und 3: Lebendige Kultur und Identität vermitteln & stärken).

2. Infrastruktur & Mobilität: Optimierung der touristischen Infrastruktur durch umweltfreundliche Mobilitätslösungen, barrierefreie Zugänge und eine intuitive, nutzerfreundliche Beschilderung, um die Region Mosel nachhaltig und komfortabel erlebbar zu machen (Beitrag zu dem strategischen Ziel 4: Nachhaltige Mobilität und touristische Infrastruktur entwickeln).

3. Vermarktung & Kommunikation: Authentische Darstellung bestehender Nachhaltigkeitsinitiativen und Angebote, die Gästen ermöglicht, ihren Aufenthalt an der Mosel möglichst nachhaltig zu gestalten – unterstützt durch zielgruppengerechte Kommunikation über Website, Social Media und Kampagnen (Beitrag zu den strategischen Zielen 1 – 3, s.o.).

4. Kooperationen & Qualifizierung: Ausbau regionaler Kooperationen und Schaffung praxisnaher Qualifizierungsangebote für touristische Akteure, um den fachlichen Austausch zu fördern und eine wirkungsvolle Umsetzung der Maßnahmen zu gewährleisten (Beitrag zu dem strategischen Ziel 5: Region gemeinsam zukunftsfähig gestalten).

5. Management & Steuerung: Aufbau klarer Prozesse, Zuständigkeiten und Monitoring-Strukturen, um Nachhaltigkeitsmaßnahmen effektiv zu koordinieren, Fortschritte messbar zu machen und eine verlässliche Umsetzung in der Region sicherzustellen (Beitrag zu Ziel 1 und 5, s.o.).

Beitrag der Handlungsfelder, Leitprojekte und Maßnahmen zu den SDGs

Das Nachhaltigkeitskonzept für die Tourismusregion Mosel trägt gezielt zur Umsetzung der Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen bei. Im Zentrum stehen dabei eine verantwortungsvolle Weiterentwicklung der Destination, klimafreundliche Mobilitätslösungen, der achtsame Umgang mit natürlichen Ressourcen sowie eine langfristig stabile wirtschaftliche Entwicklung mit regionaler Wertschöpfung.



Mit dem Konzept werden die bereits vorhandenen Nachhaltigkeitsbemühungen in der Region zusammengeführt, geschärft und weiterentwickelt. Dadurch wird sichtbar, wo die Tourismusorte und -regionen an der Mosel heute schon zu globalen Nachhaltigkeitszielen beitragen und an welchen Stellen weiteres Potenzial besteht. Dazu gehört beispielsweise die Qualifizierung von Arbeits- und Fachkräften im Tourismus, die einen direkten Beitrag zu SDG 4 „Hochwertige Bildung“ leisten.



Auch SDG 8 „Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum“ spielt eine wichtige Rolle: Die Moselregion setzt auf ein zukunftsfähiges, regional verankertes Wirtschaftswachstum und stärkt einen Tourismus, der ökonomisch tragfähig ist und gleichzeitig verantwortungsvoll mit seinen Ressourcen umgeht.



Darüber hinaus verfolgt die Region das Ziel, Mobilität und Besucherlenkung nachhaltiger zu gestalten, attraktive Ortskerne zu erhalten und die Natur- und Kulturlandschaft langfristig zu schützen. Damit unterstützt sie maßgeblich SDG 11 „Nachhaltige Städte und Gemeinden“.



Für SDG 12 „Nachhaltiger Konsum und Produktion“ wird auf regionale Wertschöpfungsketten, Projekte rund um Wein, Genuss und Lebensmittel, Ansätze der Kreislaufwirtschaft sowie Informationsangebote gesetzt, die nachhaltiges Konsumverhalten fördern – bei Gästen ebenso wie bei Betrieben.



Auch SDG 13 „Maßnahmen zum Klimaschutz“ und SDG 15 „Leben an Land“ werden adressiert, etwa durch den Ausbau klimafreundlicher Infrastruktur, die Förderung nachhaltiger Veranstaltungsformate und den Schutz der vielfältigen Natur- und Kulturlandschaft entlang von Mosel, Saar und Ruwer.



Eine besondere Rolle spielt schließlich SDG 17 „Partnerschaften zur Erreichung der Ziele“: Die Moselregion setzt auf enge Kooperationen zwischen Kommunen, Tourismusorganisationen, Leistungsträgern und weiteren Akteuren. Durch gemeinsame Projekte, moderne digitale Lösungen und ein abgestimmtes Marketing wird die Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele auf regionaler Ebene gezielt vorangetrieben.

4.2 Maßnahmen- und Aktionsplan

Zur Umsetzung des touristischen Nachhaltigkeitskonzepts der Region Mosel wurden innerhalb der fünf Handlungsfelder fünf Schlüsselprojekte entwickelt, die prioritär umgesetzt werden sollen. Einige dieser Projekte stehen inhaltlich in Verbindung zueinander und sind stets im Kontext der übrigen Maßnahmen zu betrachten. Die Schlüsselprojekte und Maßnahmen werden regelmäßig überprüft und bei Bedarf weiterentwickelt; denn das Nachhaltigkeitskonzept ist als dynamischer Prozess und im Sinne eines Living Papers zu verstehen, das flexibel auf veränderte Rahmenbedingungen reagieren kann. Die Schlüsselprojekte stellen besonders bedeutsame Maßnahmen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in der Region Mosel dar. Sie werden anhand der folgenden Kategorien beschrieben und den jeweiligen Handlungsfeldern zugeordnet:

- Titel der Maßnahme
- Kurzbeschreibung
- Zeithorizont: Quick Win, kurzfristig = 1–2 Jahre, mittelfristig = 3–5 Jahre, langfristig = 5–10 Jahre
- Priorität: Schlüsselprojekt, hoch, mittel, gering
- Zuständigkeit

In den teilregionalen und übergeordneten Konzepten, die im Rahmen der Situationsanalyse betrachtet wurden, sind bereits zahlreiche Maßnahmen formuliert worden, die mit Nachhaltigkeit in Verbindung stehen – teilweise auch über den Tourismus hinaus. Viele dieser Maßnahmen befinden sich derzeit in Umsetzung oder sind abgeschlossen und liefern daher wichtige Hinweise für die Ausarbeitung von übergeordneten Maßnahmen mit Relevanz für die Region Mosel insgesamt.

Ein aktuell intensiv diskutiertes Thema ist zudem die Messbarkeit und Transparenz von Nachhaltigkeitsaktivitäten in Tourismusregionen. Nur so lassen sich Fortschritte glaubhaft darstellen und Vergleiche zwischen verschiedenen Regionen ermöglichen. Im November 2025 hat der Deutsche Tourismusverband ein Set von neun Kennzahlen veröffentlicht, das als Messbasis für Monitoring, Steuerung und Vergleichbarkeit der Nachhaltigkeit in der Tourismusentwicklung dienen soll. Die Kennzahlen können in den Tourismusregionen erhoben werden und decken ökologische, ökonomische, soziale und managementbezogene Aspekte der Tourismusentwicklung ab. Weitere optionale Zusatzkennzahlen erweitern das Set für bestimmte Fragestellungen. Die neun Kennzahlen sind: Nachhaltigkeitszertifizierungen im Tourismus, Destinationsstrategie mit Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten, Gästezufriedenheit, touristische Saisonalität, Anteil des Tourismus an der Gesamtwertschöpfung, Tourismusakzeptanzsaldo, Lebensqualitätsindex, Barrierefreiheit im Tourismus sowie An- und Abreise bedingte Treibhausgasemissionen. Weitere Informationen sind hier (<https://www.deutscher-tourismusverband.de/themen/nachhaltigkeit/nachhaltigkeit-im-tourismus-messen>) einsehbar, die auch in die Maßnahmenvorschläge für die Region Mosel einfließen.

4.2.1 Handlungsfeld 1: Produktentwicklung

Eine zukunftsorientierte Tourismusentwicklung an der Mosel basiert auf Angeboten, die Qualität, Regionalität und Nachhaltigkeit miteinander verbinden. Durch die Ausgestaltung und Weiterentwicklung von Wein- und Kulinarik-Erlebnissen sowie natur- und kulturbezogenen Angeboten entstehen authentische, vielfältige und klimafreundliche Erlebnisse. Sie stärken das touristische Profil der Region und tragen dazu bei, die Mosel als attraktive Weingenuß- und Erlebnisdestination zu positionieren.

Das folgende Schlüsselprojekt und die daran anschließend dargestellten Maßnahmen zeigen auf, wie dieses Profil weiter geschärft wird und gleichzeitig die Wettbewerbsfähigkeit der Moselregion langfristig gesichert werden kann.



Nr.	Handlungsfeld 1: Produktentwicklung – Schlüsselprojekt	
P1	Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen für die Region Mosel erstellen <u>Kurzbeschreibung:</u> Auf Grundlage bereits vorhandener Leitfäden in den Teilregionen (z. B. Trier, Koblenz) wird ein einheitlicher Leitfaden für die gesamte Moselregion entwickelt. Dieser Leitfaden soll touristischen Akteuren, Veranstaltern und Kommunen eine praxisnahe Orientierung für die Planung und Durchführung nachhaltiger Veranstaltungen bieten. Der Fokus liegt darauf, nachhaltige Aspekte von der Planung bis zur Umsetzung zu berücksichtigen, wie z. B. in den Bereichen Energieverbrauch, Abfallmanagement, Mobilität, Beschaffung und Kommunikation. Best-Practice-Beispiele aus den Teilregionen sowie aus anderen Destinationen werden eingebunden, um konkrete Lösungsansätze und Inspiration aufzuzeigen. Ziel ist es, die Qualität und Nachhaltigkeit von Veranstaltungen in der gesamten Moselregion zu steigern und gleichzeitig einen einheitlichen Standard zu setzen, der den Austausch und die Vernetzung zwischen den Teilregionen unterstützt. <u>Wesentliche Aktivitäten:</u> • Vorhandene Leitfäden aus den Teilregionen prüfen, analysieren und zusammenführen • Best-Practice-Beispiele aus der Moselregion und darüber hinaus sammeln und aufbereiten • Leitfaden erstellen und praktische Handlungsempfehlungen für alle Teilregionen ableiten • Feedback von Leistungsträgern, Veranstaltern und Kommunen einholen und den Leitfaden anpassen • Verbreitung und Implementierung des Leitfadens in allen Teilregionen, inklusive begleitender Kommunikation Zuständigkeit: MLT	Priorität Schlüsselprojekt Zeithorizont Quick Win

Nr.	Maßnahme	Beschreibung	Zeithorizont	Priorität
P2	Entwicklung von Slow-Travel Angeboten prüfen	Angesichts der zunehmenden Hektik im Alltag interessieren sich immer mehr Gäste für Slow Travel Angebote bzw. Slow Tourismus. Im Kontext von nachhaltigen Angeboten könnten diese um das Konzept Slow Travel ergänzt werden und als buchbares Angebot vermarktet werden. Insbesondere Wander- und / oder Genussangebote bieten gute Anknüpfungsmöglichkeiten. Aufgabe wäre es, mit Akteuren im Rahmen eines Produktentwicklungsworkshops, Potenziale und Anforderungen an Slow Travel Angebote auszuloten und ggf. einzelne Bausteine gemäß Kriterien bzw. Anforderungen von Slow Travel gemeinsam zusammenzustellen und zu vermarkten. Weitere Informationen über das Konzept Slow Tourismus sind u. a. auf den Webseiten https://slowtourism.at/index.php und https://www.seenland-oderspree.de/slow-trips zu finden.	Kurzfristig (1 – 2 Jahre)	Mittel
P3	Erlebbarkeit Klimawandel in der Kulturlandschaft unterstützen	Es existieren bereits verschiedene Angebote vor allem in und um Traben-Trarbach als Best-Practice Beispiele, die moselweit ausgebaut werden könnten. Die Zusammenarbeit mit Projekten, wie z. B. Lebendige Moselweinberge, sollte in enger Abstimmung mit dem Forst, Naturerlebnisbegleitern, Kultur und Weinbotschaftern intensiviert werden.	Kurzfristig (1 – 2 Jahre)	Mittel
P4	Klimarobuste Angebotsbausteine (Schwerpunkt Outdoor) entwickeln	Viele Aktivangebote sind von Extremwetterbedingungen (wie Starkregen, Wasserstand, Hitzetage) beeinflussbar. Diese Wetterextreme nehmen weiter zu. Wichtig sind zunehmend flexible und klimafitte Angebotsbausteine. Aktivangebote sollten dahingehend überarbeitet und neu gedacht werden (z. B. Aufbereitung der Website mit Storytelling und Alternativangeboten, Ampelsystem für die Begeh- bzw. Befahrbarkeit von Wander- und Radwegen (u. a. für Hochwasser, Hitze), Infrastruktur der Wege (Schattenplätze, Trinkwassermöglichkeiten).	Mittelfristig (3 – 5 Jahre)	Hoch
P5	Moselweite Refill- und Trinkbrunnen Initiative fördern	Es gibt einige Orte an der Mosel mit Refill-Stationen und Trinkbrunnen; wünschenswert wäre ein einheitliches System und eine flächendeckende Einrichtung von Trinkwasser-/Refill Stationen. Diese könnten sowohl in der Stadt (Trinkbrunnen) als auch bei den Leistungsträgern (Refill-Stationen) verortet sein und über eine digitale Karte dargestellt werden. Ein erster Schritt wäre die Erfassung von Trinkbrunnen/Refill-Stationen und moselweite Ausspielung der Orte. Im zweiten Schritt sollten die Lücken identifiziert, und so gut es geht geschlossen werden.	Mittelfristig (3 – 5 Jahre)	Mittel



P6	(Einheitliche) Mehrweg-Angebote von Restaurants und Cafés insbesondere in Städten unterstützen	Der Gesetzgeber schreibt eindeutig den Umgang mit Plastikverpackungen vor. Es gibt auch bereits eine Vielzahl von Betrieben, die umweltfreundliche Verpackungen und Mehrweg-Systeme anbieten. Um das Müllaufkommen in der Moselregion weiter zu reduzieren, ist der Ausbau von Mehrweg-Angeboten erstrebenswert. In Zusammenarbeit mit den Städten und den örtlichen Betrieben sollte geprüft werden, wie Mehrwegsysteme insbesondere in Cafés, Imbissen und Restaurants ausgebaut werden könnten, z. B. Moselbecher, -flasche, -box, die an verschiedenen Ausgabeorten erworben und von den Partnern akzeptiert werden (wie z. B. Recup-System).	Mittelfristig (3 – 5 Jahre)	Mittel
P7	Förderung Nachhaltiger und regionaler Konsum	Moselweit werden viele regionale Produkte und teilweise Souvenirs angeboten, jedoch sind die Nachhaltigkeitskriterien nicht immer erkennbar. Gleichzeitig sind regionale Spezialitäten und Produkte identitätsstiftend und ein wichtiger Bestandteil des touristischen Erlebnisses. Mit der Umsetzung dieser Maßnahme soll ressourcenschonender, müllärmer und regional verankerter Konsums im Tourismus gestärkt werden, der gleichzeitig die kulinarische Identität der Region erhält und weiterentwickelt. Gäste sollen möglichst einfach erkennen und nutzen können, welche Angebote regional, saisonal und nachhaltig sind. Im Mittelpunkt steht müllfreier Konsum über die Schaffung von Mehrwegoptionen, Festlegung/Anwendung von Kriterien für regionale Produkte, Überprüfung der Produkte auf Nachhaltigkeit in Verbindung mit vorhandenen Labels (Entwicklung einer einfachen Checkliste) und systematische Einführung/Umsetzung des Labels (vgl. auch Maßnahme P6).	Mittelfristig (3 – 5 Jahre)	Hoch

4.2.2 Handlungsfeld 2: Infrastruktur & Mobilität

Die Entwicklung von Infrastruktur und Mobilität entlang der Mosel konzentriert sich auf den Ausbau und die Pflege von Wegen, Plätzen und touristischen Angeboten sowie auf die Förderung innovativer Mobilitätslösungen für Gäste und Einheimische. Eine barrierearme und klimafreundliche Infrastruktur kann Erholung, Erlebnis und nachhaltiges Reisen

optimal miteinander verbinden und die Aufenthaltsqualität in der Region nachhaltig stärken.

Das skizzierte Schlüsselprojekt und die nachfolgende Tabelle zeigen, mit welchen Maßnahmen die Infrastruktur weiter ausgebaut und nachhaltige Mobilitätsangebote für die Region etabliert werden.

Nr.	Handlungsfeld 2: Infrastruktur & Mobilität – Schlüsselprojekt	
I&M1	Prüfung einer APP-Gästekarte mit integriertem ÖPNV-Angebot und nachhaltigem Bezug <u>Kurzbeschreibung:</u> Im Rahmen dieser Maßnahme wird die Entwicklung einer moselweiten digitalen Gästekarte in Form einer App geprüft, die nachhaltige Mobilität, touristische Angebote und regionale Wertschöpfung miteinander verknüpft. Ziel ist es, Gästen der Moselregion einen einfachen, zentralen Zugang zu ÖPNV-Angeboten sowie zu regionalen Erzeugern, Betrieben und weiteren relevanten Akteuren zu ermöglichen und gleichzeitig nachhaltige Verhaltensweisen gezielt zu fördern. Die App würde als Orientierungshilfe dienen und Anreize für eine umweltfreundliche Fortbewegung sowie für den bewussten Konsum regionaler Produkte schaffen. Durch die Bündelung von Mobilitätsangeboten, Informationen und möglichen Vorteilen für Gäste entsteht ein Mehrwert sowohl für Besucher als auch für die beteiligten Leistungsträger. Besonders wichtig ist es, dass die Gästekarte und die App auf die gesamte Moselregion übertragbar ist und dass die organisatorischen, technischen und finanziellen Grundlagen für eine Umsetzung frühzeitig geprüft werden. <u>Wesentliche Aktivitäten:</u> • Analyse bestehender Praxisbeispiele (z. B. Klima Taler in der Verbandsgemeinde Schweich, CopenPay aus Kopenhagen) und Ableitung übertragbarer Elemente für die Moselregion • Definition von Zielgruppen, Zielen und Funktionen der moselweiten App-Gästekarte • Prüfung der Integration von ÖPNV-Angeboten sowie regionalen Erzeugern und touristischen Akteuren • Klärung technischer, organisatorischer und finanzieller Rahmenbedingungen unter Einbindung relevanter Partner • Konzeptionelle Ausarbeitung der Gästekarte und Vorbereitung einer möglichen Pilotphase Zuständigkeit: MLT, Teilregionen	Priorität Schlüsselprojekt Zeithorizont Mittelfristig (3 – 5 Jahre)

Nr.	Maßnahme	Beschreibung	Zeithorizont	Priorität
I&M 2	Nachhaltige Anreise und Mobilität vor Ort unterstützen	Die Mosel ist grundsätzlich mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln erreichbar, jedoch gilt dies nicht für alle Teilregionen. Allerdings werden Angebote für umweltfreundliche Anreise sowie Mobilität vor Ort nur begrenzt von Gästen genutzt. Für die Orte, die gut erreichbar sind, sollten zusätzliche Anreize für eine nachhaltige Anreise und Mobilität vor Ort geschaffen werden. Teilweise gelingt die Umstiege von der Bahn auf den örtlichen ÖPNV nicht gut; auch ist das Sharing-Angebot sehr unterschiedlich entwickelt. Zu prüfen sind z. B. Gästekarten (vgl. Best Practice Beispiel Sächsische Schweiz mobil, EMMI-MOBIL (Bad Hindelang)), Goodys (Beispiel Saarland), Gamification: Gäste sammeln Punkte für nachhaltiges Verhalten) und erhalten eine Belohnung dafür. Gemeinsam mit den Verkehrsbetrieben und Kommunen sollten entsprechende Anreize geprüft und umgesetzt werden. Grundsätzlich sollten die Touristiker bei der Erarbeitung von Mobilitätskonzepten für eine nachhaltige, effiziente und sichere Verkehrsplanung sowie Förderung der umweltfreundlichen Mobilität in den entsprechenden Gremien mitwirken.	Mittelfristig (3 – 5 Jahre)	Hoch
I&M 3	(Jahres)Treffen Netzwerk Infrastrukturen Mosel (u. a. Rad- und Wanderwege) initiieren	Es gibt sehr unterschiedliche Zuständigkeiten und Akteure für die aktivtouristischen Infrastrukturen, insbesondere die Rad- und Wanderwege (Moselradweg, Höhenradweg, Moselsteig, Seitensprünge) an der Mosel und nicht immer sind alle relevanten Akteure in die Entwicklungen etc. eingebunden. Gegenstand dieser Maßnahme ist die Durchführung eines (jährlichen) Netzwerktreffens mit dem Ziel, den Austausch und die Abstimmung zwischen den Akteuren (u. a. Forst, Anreinerkommunen, Jägerschaft) zu verbessern und auf dieser Grundlage ein Netzwerk auch zur Stärkung der Resilienz zu bilden. Im Mittelpunkt des Treffens könnten u. a. die Vorstellung von Herausforderungen und die Erarbeitung von Lösungen stehen.	Kurzfristig (1 – 2 Jahre)	Hoch
I&M 4	Aufenthaltsqualität am Moselufer verbessern	Die Moselufer sollten insgesamt attraktiver gestaltet werden, um die Aufenthaltsdauer und -qualität von Gästen und Einheimischen zu verbessern. Mögliche Maßnahmen sind u. a.: Verbesserung der Zuwege, Erstellung von Nutzungskonzepten, Schaffung von sicheren Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, touristische Infostellen).	Langfristig (5 – 10 Jahre)	Hoch
I&M 5	Abkühlungsmöglichkeiten ausbauen und deren digitale Auspielung verbessern	Von großer Bedeutung ist die kontinuierliche Steigerung der Aufenthaltsqualität und Attraktivität touristischer Orte, besonders in heißen Sommermonaten. Sie laden zum Verweilen ein, fördern das Wohlbefinden der Gäste und verlängern so deren Aufenthaltsdauer. Mögliche Maßnahmen sind u. a.: Wasserspiele und Brunnen ausbauen, Schattenplätze durch Bäume anlegen, Zugänge zu Uferbereichen verbessern, Trinkwasserbrunnen einrichten, Überdachte Sitz- und Ruhebereiche schaffen. Diese Angebote sollten digital erfasst und ausgespielt werden können, so dass sich Einheimische ebenso darüber informieren können wie Gäste (Verknüpfung Handlungsfeld Vermarktung und Kommunikation).	Kurzfristig (1 – 2 Jahre)	Hoch

4.2.3 Handlungsfeld 3: Vermarktung & Kommunikation

Eine erfolgreiche Vermarktung orientiert sich an den Bedürfnissen verschiedener Zielgruppen und rückt die Einzigartigkeit der Landschaft, die Qualität der touristischen Angebote und bestehende Nachhaltigkeitsinitiativen in den Mittelpunkt. Durch eine einheitliche und klare Kommunikation entsteht eine starke Markenidentität, die die Mosel national als nachhaltige Top-Destination sichtbar macht und Gästen Orientierung für authentische und verantwortungsbewusste Erlebnisse bietet.

Das Schlüsselprojekt und die anschließende Übersicht zeigen, mit welchen Maßnahmen die Sichtbarkeit der Region erhöht und ihre Positionierung als Destination mit vielfältigen nachhaltigen Erlebnisangeboten gestärkt wird.

Nr.	Handlungsfeld 3: Vermarktung & Kommunikation – Schlüsselprojekt	
V & K 1	Storytelling ausbauen <u>Kurzbeschreibung:</u> Storytelling wird von manchen touristischen Akteuren in der Tourismusregion Mosel bereits erfolgreich eingesetzt, bislang jedoch kaum in Verbindung mit Nachhaltigkeit. Ziel dieser Maßnahme ist es, nachhaltige Themen und Inhalte intensiver in bestehende Kommunikationsformate zu integrieren und Nachhaltigkeit „unterschwellig“ erlebbar zu machen, ohne belehrend zu wirken. Im Fokus steht die Entwicklung von Geschichten und Formate, die nachhaltige Aspekte ganz selbstverständlich in Ausflugstipps, Erlebnisangebote und Inspirationsinhalte integrieren (z. B. „10 Ausflugstipps für heiße Sommertage“, „Genuss entlang der Mosel“). Ergänzend können authentische Geschichten über regionale Akteure – etwa Winzer, Gästeführer oder Gastgeber – erzählt werden, die nachhaltiges Handeln im Alltag leben und damit zur Glaubwürdigkeit der Kommunikation beitragen. Eine klare inhaltliche Leitlinie für nachhaltiges Storytelling soll allen Teilregionen und Akteuren Orientierung geben und zugleich Raum für eigene Ideen lassen. Ziel ist es, ein einheitliches und glaubwürdiges Bild der Moselregion als nachhaltige Destination zu vermitteln und Gäste für entsprechende Angebote zu sensibilisieren. <u>Wesentliche Aktivitäten:</u> • Analyse bestehender Storytelling-Formate und Kommunikationskanäle in der Moselregion • Definition von Leitlinien und Themenfeldern für nachhaltiges Storytelling • Entwicklung konkreter Storyformate und -inhalte mit unterschwelligen Nachhaltigkeitsbezügen • Identifikation und Einbindung regionaler Akteure und Protagonisten als authentische Erzähler • Integration der entwickelten Stories in bestehende Kommunikations- und Vermarktungskanäle Zuständigkeit: MLT, Teilregionen	Priorität Schlüsselprojekt Zeithorizont Kurzfristig (1 – 2 Jahre)



Nr.	Maßnahme	Beschreibung	Zeithorizont	Priorität
V & K 2	Informationskampagne Gäste „Grüne Mosel“ umsetzen	Es gibt bereits einige nachhaltige Angebote und engagierte Betriebe an der Mosel; für Gäste wird nachhaltiges Engagement bisher auf der regionalen Ebene kaum erkennbar, da bisher dieses Thema nicht offensiv vermarktet wird. Es sollte geprüft werden, inwieweit nachhaltige Angebote unter dem Menüpunkt „Grüne Mosel“ (Arbeitstitel) vermarktet werden könnten. Wichtige Hinweise und Anregungen, wie Nachhaltigkeit kommuniziert werden kann, finden sich in dem Leitfaden der RPT (Nachhaltigkeit kommunizieren), die auf die Region Mosel heruntergebrochen werden können.	Kurzfristig (1 – 2 Jahre)	Hoch
V & K 3	Printprodukte reduzieren, Digitalisierung stärken	Es werden nach wie vor noch zahlreiche Printprodukte erzeugt. Daher ist eine regelmäßige Überprüfung der Notwendigkeit für die Herstellung von Printerzeugnissen und Prüfung von Alternativen notwendig. Grundsätzlich sollten die Printerzeugnisse über eine entsprechende Kompensation klimaneutral produziert werden. Im Gegenzug dazu sollten digitale Informationsmedien konsequent ausgebaut werden (digitale Gästeinformationen).	Quick Win	Mittel
V & K 4	Sichtbarmachung saisonverlängernder Angebote	Dominantere Sichtbarmachung von Angeboten zum Thema Saisonverlängerung (z. B. Bündelung der Angebote, Arbeitsgruppen mit Leistungsträgern, Kampagnen), vgl. auch Maßnahme V&K 2.	Kurzfristig (1 – 2 Jahre)	Mittel

4.2.4 Handlungsfeld 4: Kooperation & Qualifizierung

Die Vernetzung und Stärkung der Akteure aus Tourismus, Kultur, Weinwirtschaft und weiteren Branchen erfolgt durch Zusammenarbeit und Wissensaustausch. Gemeinsame Projekte, kontinuierliche Weiterbildung und die Förderung innovativer Ansätze tragen dazu bei, die Attraktivität, Servicequalität und Wettbewerbsfähigkeit der Region nachhaltig zu steigern.

Das beschriebene Schlüsselprojekt und die nachfolgende Übersicht zeigen, mit welchen Maßnahmen die Zusammenarbeit der Akteure intensiviert und die fachliche Qualifikation im (nachhaltigen) Tourismus weiterentwickelt wird.

Nr.	Handlungsfeld 4: Kooperationen & Qualifizierung – Schlüsselprojekt	
K & Q 1	Innenmarketing vertiefen <u>Kurzbeschreibung:</u> Die Maßnahme zielt auf den Ausbau und die Weiterentwicklung des strukturierten Innenmarketings für die Tourismusregion Mosel ab, um die Zusammenarbeit und den Austausch mit lokalen Leistungsträgern und Politikern nachhaltig zu stärken. Ziel ist es, touristische Akteure, Betriebe und Partner besser einzubinden und aktiv in die Weiterentwicklung der Region einzubeziehen. Ein konzeptioneller Ansatz liegt bereits vor. Im Fokus steht der regelmäßige, zielgruppenspezifische Austausch über aktuelle Themen, Projekte und Entwicklungen im Tourismus der Moselregion. Neben persönlichen Formaten wie Stammtischen oder Netzwerktreffen sollen insbesondere digitale Kommunikationskanäle ausgebaut werden. Dazu zählen unter anderem die Bereitstellung von B2B-relevanten Inhalten auf der Website, themenspezifische Newsletter sowie weitere Informations- und Austauschformate. Ein gut organisiertes Innenmarketing schafft Transparenz, fördert den Wissensaustausch und stärkt das Verständnis für regionale Strategien. Gerade im Bereich Nachhaltigkeit ist es ein wichtiges Instrument. Gleichzeitig erhöht es die Identifikation der Leistungsträger mit der Destination Mosel und bildet die Basis für eine einheitliche Außenkommunikation. <u>Wesentliche Aktivitäten:</u> • Aufbau und Pflege von B2B-relevanten Inhalten auf der Website • Konzeption und Versand regelmäßiger Newsletter für unterschiedliche Zielgruppen • Organisation von Austauschformaten wie Stammtischen oder Netzwerktreffen Zuständigkeit: MLT	Priorität Schlüsselprojekt Zeithorizont Kurzfristig (1 – 2 Jahre)



Nr.	Maßnahme	Beschreibung	Zeithorizont	Priorität
K&Q 2	Zertifizierung Reisen für Alle fördern	Moselweit sind Stand 12/2025 58 Betriebe mit dem Siegel „Reisen für alle“ zertifiziert bzw. barrierefrei geprüft. Den touristischen Akteuren in der Region kommt eine impulsgebende und beratende Rolle zu, um aktiv weitere Betriebe für die Zertifizierung zu gewinnen und für Barrierefreiheit zu sensibilisieren.	Kurzfristig (1 – 2 Jahre)	Mittel
K&Q 3	Information zu Nachhaltigkeitsqualifizierung & Zertifizierung ausbauen	Im Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz und bei anderen Fachverbänden, wie z. B. IHK und DEHOGA werden umfangreiche Informationen zum Thema Nachhaltigkeit kommuniziert. Dessen ungeachtet ist der Beratungsbedarf bei vielen Betrieben vorhanden, insbesondere zu Zertifizierungsmöglichkeiten. Schwerpunkt dieser Maßnahme ist die gezielte Information von Betrieben über mögliche Zertifizierungs- und Qualitätsmaßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit (auf allen Ebenen). Ein erster und wichtiger Schritt zur Selbsteinschätzung der Unternehmen ist die Nutzung des Selbst-Checks Nachhaltigkeit RLP, auf den die Akteure regelmäßig hingewiesen werden sollten. Auf weitere Informationsquellen und Beratungsangebote zum Themenfeld Nachhaltigkeit sollte auf der Website der Mosellandtouristik GmbH hingewiesen werden (Verlinkung).	Kurzfristig (1 – 2 Jahre)	Hoch
K&Q 4	Ausbau regionaler Netzwerke	Es existiert bereits ein großes Partnernetzwerk in der Region Mosel mit regionalen Anbietern, Produzenten und Leistungsträgern, welches kontinuierlich ausgebaut werden sollte. Wichtig sind in diesem Kontext Hochschul-Kooperationen, die u. a. im Rahmen von Projektarbeiten, Abschlussarbeiten oder Forschungsprojekten aktiv in die nachhaltige Tourismusentwicklung an der Mosel eingebunden werden sollten.	Fortlaufend	Hoch

4.2.5 Handlungsfeld 5: Management & Steuerung

Für eine wirksame nachhaltige Tourismusentwicklung braucht es klare Strukturen, eindeutig geregelte Zuständigkeiten und ein kontinuierliches Monitoring. Nur wenn Nachhaltigkeitsprinzipien konsequent in Planungs- und Entscheidungsprozesse einfließen, lässt sich die touristische Entwicklung langfristig verantwortungsvoll steuern. Gleichzeitig tragen regelmäßige Anpassungen sowie ggf. Zertifizierungen dazu bei, die Qualität und Wirksamkeit der Maßnahmen dauerhaft zu sichern.

Das Schlüsselprojekt und die nachfolgende Übersicht zeigen, mit welchen Maßnahmen das Management und die Steuerung des Tourismus in der Region umgesetzt und gegebenenfalls durch Zertifizierungen ergänzt werden.

Nr.	Handlungsfeld 5: Management & Steuerung – Schlüsselprojekt	
M 1	Arbeitsgemeinschaft Nachhaltigkeit Tourismus gründen <u>Kurzbeschreibung:</u> Mit der Arbeitsgemeinschaft Nachhaltigkeit wird ein regionsweites Austausch- und Arbeitsformat für die Tourismusregion Mosel etabliert. Ziel ist es, den Umsetzungsstand nachhaltiger Maßnahmen regelmäßig zu reflektieren, Transparenz zu schaffen und den Wissenstransfer zwischen unterschiedlichen Akteursgruppen zu fördern. Im Rahmen der Arbeitsgemeinschaft sollen bestehende Aktivitäten, Projekte und Strategien aus der Region vorgestellt, diskutiert und weiterentwickelt werden. Die Präsentation von besonders gelungenen Best-Practice-Beispielen dient dazu, praxisnahe Lösungsansätze aufzuzeigen und Inspiration für die eigene Umsetzung zu liefern. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der gezielten Einbindung thematischer Expertisen, um zentrale Nachhaltigkeitsthemen fachlich fundiert zu vertiefen (z. B. Klimaschutz, Klimaanpassung, Mobilität, nachhaltige Wertschöpfung). Wichtig ist eine klare Struktur der Arbeitsgemeinschaft, eine kontinuierliche Moderation sowie eine offene und konstruktive Arbeitsweise, um eine aktive Beteiligung sicherzustellen und die nachhaltige Entwicklung des Tourismus in der gesamten Moselregion langfristig zu unterstützen. <u>Wesentliche Aktivitäten:</u> • Relevante Akteure aus der Tourismusregion Mosel identifizieren und zur Mitarbeit in der Arbeitsgemeinschaft gewinnen • Ziele, Aufgaben und Arbeitsweise der Arbeitsgemeinschaft festlegen und transparent kommunizieren • Organisation und Turnus der Treffen festlegen • Austausch zum Umsetzungsstand bestehender nachhaltiger Maßnahmen • Best-Practice-Beispiele aus der Region sammeln und vorstellen • Externe Experten zu ausgewählten Nachhaltigkeitsthemen einbinden • Learnings und Handlungsempfehlungen dokumentieren und aufbereiten Verknüpfung mit Maßnahme K&Q6 (Ausbau regionaler Netzwerke) Zuständigkeit: MLT	Priorität Schlüsselprojekt Zeithorizont Quick Win

Nr.	Maßnahme	Beschreibung	Zeithorizont	Priorität
M 2	Monitoring-System Nachhaltigkeit in Zusammenarbeit mit der RPT und anderen Regionen in RLP einführen	Aufbauend auf den Nachhaltigkeits-Checklisten, die für touristische Unternehmen in RLP entwickelt wurden und unter Berücksichtigung der Kennziffern für nachhaltigen Tourismus des DTV sollte in Zusammenarbeit mit den anderen Regionen und der RPT ein Monitoring-System für die Mosel und die anderen Regionen aufgebaut werden (Voraussetzung ist der Zugriff auf die Ergebnisse der Checks); die Ergebnisse des Monitoring-Systems könnten in einem Bericht (ggf. Dashboard) ausgewertet und im Sinne eines Entwicklungsberichtes innerhalb der Branche kommuniziert werden (inkl. Fortschritte und Hemmnisse).	Mittelfristig (3 – 5 Jahre)	Mittel
M 3	Erarbeitung einer Klimarisiko-Analyse und Klimaanpassungsstrategie für den Tourismus	Die genauen Auswirkungen von Hitze, Starkregen, Hochwasser und Trockenheit etc. auf den Tourismus in RLP sind nur teilweise erfasst. Das vom Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Energie und Klima aufgesetzte Projekt MWTEK (Beginn Frühjahr 2026) setzt an diesem Punkt an und erarbeitet Grundlagen und entwickelt Maßnahmen, um den Tourismus besser auf die Folgen des Klimawandels auszurichten. Die Region Mosel ist eine Partnerregion und arbeitet aktiv in diesem Projekt mit. Ergebnisse sind bis Ende 2026 zu erwarten.	Quick Win	Hoch
M 4	Nachhaltigkeitskriterien für die Vergabe von Leistungen an externe Dienstleister definieren	Öffentliche Aufträge werden teilweise an Dienstleister vergeben, die Nachhaltigkeits- oder Klimaanpassungsziele nur unzureichend berücksichtigen. Die Tourismusregion Mosel sollte für die Vergabe von Leistungen Mindestkriterien für Nachhaltigkeit definieren, die von Anbietern erfüllt sein müssen; Orientierung für die Erarbeitung entsprechender Kriterien bietet ein Projektbericht der Kompetenzstelle für nachhaltige Beschaffung (KNB), der öffentliche Auftraggeber bei der nachhaltigen Vergabe von Dienstleistungen unterstützen soll. Ziel ist es, ökologische und soziale Nachhaltigkeitskriterien mehr in Vergabeverfahren zu verankern.	Mittelfristig (3 – 5 Jahre)	Mittel
M 5	Nachhaltigkeits-Check zur Selbstüberprüfung bei der Mosellandtouristik GmbH durchführen	Das Thema Nachhaltigkeit ist bei der MLT fest verankert, u. a. durch die Funktion des Nachhaltigkeitsmanagements, welches bei der Marketingleitung angesiedelt ist. In diesem Zusammenhang ist es empfehlenswert, dass sich die MLT mit den Kriterien eines Zertifizierungssystems auseinandersetzt. Als ersten Schritt könnte die MLT den Nachhaltigkeits-Check RLP und / oder weitere verfügbare Checks (GSTC-Kriterien-Set) durchführen, um sich selbst als DMO zu überprüfen. Im Anschluss daran sollte intern an der Verbesserung der Nachhaltigkeitsperformance anhand eines Maßnahmenplans gearbeitet werden.	Kurzfristig (1 – 2 Jahre)	Hoch
M 6	Verlinkung zu Förderungen Nachhaltigkeit für B2B-Bereich	Es existieren umfassende Fördermöglichkeiten im Bereich Nachhaltigkeit insbesondere für die betriebliche Ebene (Energie, Ressourcenmanagement etc.). Die Herausforderung für die Unternehmen besteht darin, einen Überblick über die Fördermöglichkeiten zu bekommen, passende Programme zu identifizieren und Anträge zu stellen. Die MLT könnte als „Informationsbroker“ fungieren, indem sie sich mit den entsprechenden Webseiten verlinkt (u. a. Tourismusnetzwerk, DEHOGA, IHK, diverse Förderwegweiser).	Quick Win	Hoch
M 7	Prüfung Einbindung CO₂-Fußabdruckrechner Reisen auf der Webseite der MLT	Die Branche arbeitet verstärkt daran, den CO ₂ -Fußabdruck des Reisens zu ermitteln und Maßnahmen zu ergreifen, diesen zu reduzieren. Einzelne Regionen haben bereits einen CO ₂ -Fußabdruck-Rechner auf ihrer Webseite veröffentlicht, der von Kunden kostenfrei genutzt werden kann. Da zunehmend eine Transparenz und Sensitivierung der Gäste über dieses Instrument gefordert werden, sollte sich auch die Mosel mit diesem Thema beschäftigen. Gegenstand dieser Maßnahme ist, zu prüfen, ob die Implementierung eines entsprechenden Rechners unter welchen Voraussetzungen eine Option für die MLT darstellt. Dies betrifft insbesondere die Herausforderung, Gäste nicht durch die Transparenz abzuschrecken, sondern vielmehr Möglichkeiten für nachhaltigere Aufenthalte anzubieten, wie z. B. Anreise mit der Bahn, Verlängerung des Aufenthaltes, Aktivitäten in der Natur etc.	Mittelfristig (3 – 5 Jahre)	Mittel

UMSETZUNGS- MANAGEMENT

Die Mosellandtouristik GmbH ist die touristische Regionalagentur der Ferienregion Mosel und wird von Landkreisen Bernkastel-Wittlich, Cochem-Zell, der Wirtschaftsfördergesellschaft am Mittelrhein mbH für den Landkreis Mayen-Koblenz, zehn Verbandsgemeinden, den Städten Trier und Wittlich, der Koblenz-Touristik GmbH sowie der Weinwerbung Moselwein e.V. getragen. Seit 2002 ist sie zudem Gesellschafterin der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT).

Die Arbeit der Mosellandtouristik GmbH basiert auf dem Subsidiaritätsprinzip. Das bedeutet, dass sie vor allem Aufgaben übernimmt, die auf regionaler Ebene gemeinsam effizienter umgesetzt werden können als durch einzelne Kommunen oder Tourist-Informationen. Gleichzeitig werden Aufgaben, die auf Landesebene gebündelt sinnvoller sind, an die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH übertragen.

In ihrer Funktion verbindet die Mosellandtouristik GmbH zwei Rollen: Zum einen unterstützt sie als Dienstleister ihre Gesellschafter bei Marketing- und Vertriebsaktivitäten und schafft Rahmenbedingungen für die touristische Vermarktung auf kommunaler Ebene. Zum anderen übernimmt sie eigene regionale Marketingaufgaben und koordiniert übergreifende Projekte. Darüber hinaus spielt sie eine wichtige Rolle in der Koordination und Qualitätssicherung touristischer Infrastruktur, beispielsweise beim Moselsteig oder beim Radverkehrsnetz in Kooperation mit dem Landesbetrieb Mobilität Rheinland-Pfalz. Diese koordinierende Funktion ist auch für eine nachhaltige und qualitätsorientierte Weiterentwicklung des Tourismus in der Region von zentraler Bedeutung.

In diesen skizzierten Aufgabenkomplex fügt sich auch die Umsetzung des vorliegenden Nachhaltigkeitskonzepts ein, das allen touristischen Akteuren in der Tourismusregion Mosel als Leitlinie zur Positionierung als nachhaltiges Reiseziel dient und aufzeigt, wie ökologische, soziale und ökonomische Zielsetzungen systematisch in die touristische Entwicklung integriert werden können.

Im Rahmen des Umsetzungsmanagements ist es erforderlich, die für die Umsetzung der definierten Maßnahmen und Schlüsselprojekte erforderlichen Aufgaben und Zuständigkeiten weiter zu präzisieren, Fortschritte messbar zu machen und eine kontinuierliche Weiterentwicklung zu ermöglichen.

Die Umsetzung ist als dauerhafter, lernender Prozess angelegt. Sie knüpft an die bestehenden Governance-Strukturen der Region an und integriert die Maßnahmen des Nachhaltigkeitskonzepts in die Fortschreibung der Tourismusstrategie Mosel 2030+.

Nachhaltigkeit ist dabei nicht als Zusatzaufgabe, sondern als übergreifende Verantwortung im Destinationsmanagement zu verankern. Dies betrifft alle definierten Handlungsfelder Produktentwicklung, Vermarktung & Kommunikation, Infrastruktur & Mobilität, Kooperation & Qualifizierung sowie Management & Steuerung.



Der Mosellandtouristik GmbH kommt bei der Umsetzung des touristischen Nachhaltigkeitskonzeptes eine primär steuernde und koordinierende Rolle zu, die die Zusammenarbeit aller Akteure erfordert. Sofern die Mosellandtouristik GmbH weitere Aufgaben übernehmen sollte, müssten die Voraussetzung dafür über Förderungen geschaffen werden.

Die Mosel verfügt über eine starke Ausgangsbasis für eine nachhaltige Tourismusentwicklung: ein klares touristisches Profil mit den Themen Wein und Kulinarik, Kultur, Radfahren und Wandern, eine hohe wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus sowie

engagierte Akteure. Durch eine koordinierte, transparente und lernorientierte Umsetzung kann die Mosel ihre Position als führende Destination für aktiven Genussurlaub weiterentwickeln und zugleich als verantwortungsvolle und resiliente Tourismusregion auftreten.



ABBILDUNGS- VERZEICHNIS

Abbildung 1: Ankünfte und Übernachtungen in der Region Mosel 2023/2024/2025 im Vergleich zu 2019 (in Millionen)	13
Abbildung 2: Bruttoumsätze nach touristischen Segmenten und Aufenthaltsart 2023 (in Millionen)	14
Abbildung 3: Themenfelder mit besonderem Informations- und Unterstützungsbedarf	18
Abbildung 4: Prognose der jährlichen Starkregentage bis 2060	28
Abbildung 5: Prognose der jährlichen Hitzetage bis 2060	29

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Touristische Umsätze nach Marktsegmenten und Bedeutung in der Region Mosel 2023	13
Tabelle 2: Nachhaltigkeitsansätze aus den touristischen Teilregionen	15
Tabelle 3: SWOT-Analyse zur touristischen Nachhaltigkeit in der Region Mosel	26

ABKÜRZUNGS- VERZEICHNIS

B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
DEHOGA	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband
DMO	Destination Management Organisation
DTV	Deutscher Tourismusverband
GDSI	Global Destination Sustainability Index
IHK	Industrie- und Handelskammer
MICE	Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions
MLT	Mosellandtouristik GmbH
RLP	Rheinland-Pfalz
RPT	Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH
MWTEK	Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Energie und Klima Rheinland-Pfalz
SDGs	Sustainable Development Goals
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
VG	Verbandsgemeinde



QUELLEN

Bundesumweltministerium, o.J.: 17 Nachhaltigkeitsziele – SDGs. <https://www.bundesumweltministerium.de/themen/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsziele-sdgs>

Dwif, 2024: Ökonomische Analysen des Tourismus in der Region Mosel-Saar 2023. <https://www.ihk.de/blueprint/servlet/resource/blob/6296612/8cc8c83df3681ab64a1e-06cebb6d5089/wirtschaftsfaktor-tourismus-region-mosel-saar-2023-ergebnis-data.pdf>

Kompetenzstelle für nachhaltige Beschaffung (KNB): Nachhaltige Beschaffung, https://www.nachhaltige-beschaffung.info/DE/Themen/2_0_1_DL-Projekt/DL-Projekt_node.html

Prof. Dr. Jens Rüdiger: Kulinarischer Tourismus, 2023, Tübingen: Reisen zwischen Genuss, Erleben und Gastlichkeit

Stadt Trier (Hrsg.), 2015: Mobilitätskonzept 2025 – Radverkehrskonzept. <https://www.trier.de/leben-in-trier/verkehr-mobilitaet/radverkehr/6885.Radverkehrskonzept.html>

Stadtverwaltung Trier, 2019: Trierer Aktionsplan Entwicklungspolitik. https://www.trier.de/File/trierer-aktionsplan-entwicklungspolitik_1.pdf

Stadtverwaltung Trier, Trier Tourismus und Marketing GmbH, Lokale Agenda 21 Trier e.V., 2021: Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen. Faire Events in Trier. https://www.trier-info.de/cams/core/cams_file.php?mod=dateien&id=240&field=pdf&skipActiveCheck=true

Stadtverwaltung Trier, 2023: Integriertes Klimaschutzkonzept für die Stadt Trier. <https://www.trier.de/File/ksk-l-konzept-neu2024.pdf>

Stadtverwaltung Trier, 2024: Trier Aktionsplan Entwicklungspolitik. Abschlussbericht. <https://www.trier.de/File/2024-abschlussbericht-aktionsplan-entwicklungspolitik.pdf>

Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2020: Gäste und Übernachtungen im Tourismus 2019. https://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/berichte/G/4013/G4013_201900_lj_G.pdf

Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2021: Gäste und Übernachtungen im Tourismus 2020. https://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/berichte/G/4013/G4013_202000_lj_G.pdf

Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2022: Gäste und Übernachtungen im Tourismus 2021. https://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/berichte/G/4013/G4013_202100_lj_G.pdf

Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2023: Gäste und Übernachtungen im Tourismus 2022. https://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/berichte/G/4013/G4013_202200_lj_G.pdf

Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2024: Gäste und Übernachtungen im Tourismus 2023. https://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/berichte/G/4013/G4013_202300_lj_G.pdf

Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, 2025: Gäste und Übernachtungen im Tourismus 2024. https://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/berichte/G/4013/G4013_202400_lj_G.pdf

UN Tourism, 2025: Sustainable Development. <https://www.untourism.int/sustainable-development>

Trier Tourismus und Marketing GmbH, 2022: Tourismus- und Hotelkonzept 2030+. https://www.trier-info.de/cams/core/cams_file.php?mod=dateien&id=280&field=pdf&skipActiveCheck=true

Umweltbundesamt, 2025: Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2023/09/123_2025_texte.pdf

Zukunftsinstitut GmbH, 2025: Leisure Travel: Tourismus der Zukunft. <https://www.zukunftsinstitut.de/zukunftsthemen/leisure-travel-tourismus-der-zukunft>

Fotonachweise

Foto Titel: Dominik Ketz/Mosellandtouristik GmbH, S. 3: Mosellandtouristik GmbH, S. 5: Dominik Ketz/Mosellandtouristik GmbH, S. 10: iStock, Meinzahn, S. 16: Dominik Ketz/Mosellandtouristik GmbH, S. 19: Saar-Obermosel-Touristik e. V., S. 23: Dominik Ketz/Mosellandtouristik GmbH, S. 31: fabiangrafdesign, S. 32: Dominik Ketz/Mosellandtouristik GmbH, S. 33: Dominik Ketz/Mosellandtouristik GmbH, S. 37: Dominik Ketz/Mosellandtouristik GmbH, S. 39: Christopher Arnoldi, S. 43: Dominik Ketz/Mosellandtouristik GmbH, S. 45: Dominik Ketz/Mosellandtouristik GmbH, S. 49: fabiangrafdesign



HERAUSGEBER/AUFTRAGGEBER

Mosellandtouristik GmbH

Thomas Kalff, Geschäftsführer
Bärbel Ellwanger, Nachhaltigkeitsmanagement
Kordelweg 1 · 54470 Bernkastel-Kues

Tel.: +49 (0)65 31 97 33 0
info@mosellandtouristik.de

www.visitmosel.de



AUFTRAGNEHMER

mascontour GmbH

Matthias Beyer, Geschäftsführer
Bearbeitung: Anette Seidel, Stefanie Kämper
Schwiebusser Str. 9 · 10965 Berlin

Tel.: +49 (0)30 61 62 57 47
contact@mascontour.info

www.mascontour.info

Gefördert durch LEADER

Gefördert im Rahmen des GAP-Strategieplans unter Beteiligung der Europäischen Union und des Bundes im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ (GAK) sowie des Landes Rheinland-Pfalz, vertreten durch das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau.



Kofinanziert von der Europäischen Union



Berlin, Bernkastel-Kues
15.12.2025, aktualisiert 2026

Markenpartner von

Rheinland-Pfalz Gold